

DE STRIJD OM DE WAARHEID

OVER NEPNIEUWS EN DESINFORMATIE
IN DE DIGITALE MEDIWERELD

Jaak Billiet
Michaël Opgenhaffen
Bart Pattyn
Peter Van Aelst



KVAB STANDPUNTEN

62

Koninklijke Vlaamse Academie van België
voor Wetenschappen en Kunsten - 2018

DE STRIJD OM DE WAARHEID

OVER NEPNIEUWS EN DESINFORMATIE IN DE
DIGITALE MEDIAWERELD



KVAB Press

KVAB STANDPUNTEN

62

Ontwerp cover: Francis Strauven

De tekening van het Paleis der Academiën is een reproductie van het originele perspectief van Charles Vander Straeten in 1823. Jozef Cantré ontwierp het logo van de KVAB in 1947. De KVAB Standpunten worden gepubliceerd door de Koninklijke Vlaamse Academie van België voor Wetenschappen en Kunsten, Hertogsstraat 1, 1000 Brussel.
Tel. 00 32 2 550 23 23 – info@kvab.be – www.kvab.be

DE STRIJD OM DE WAARHEID

OVER NEPNIEUWS EN DESINFORMATIE
IN DE DIGITALE MEDIWERELD



Jaak Billiet
Michaël Opgenhaffen
Bart Pattyn
Peter Van Aelst



Gedeeltelijke reproductie is toegelaten mits uitdrukkelijke bronvermelding.
Partial reproduction is permitted provided the source is mentioned.
Aanbevolen citeerwijze: Jaak Billiet, Michaël Opgenhaffen, Bart Pattyn, Peter Van Aelst, *De strijd om de waarheid. Over nepnieuws en desinformatie in de digitale mediawereld*, KVAB Standpunt 62, 2018.

© Copyright 2018 KVAB
D/2018/0455/12
ISBN 978 90 656 919 03

Drukkerij Universa

De strijd om de waarheid

Over nepnieuws en desinformatie in de digitale mediawereld

INHOUD

| | |
|---|----|
| Samenvatting | 2 |
| Executive Summary | 5 |
| Voorwoord. | 9 |
| Inleiding | 10 |
| 1. Overzicht van de maatschappelijke discussie. | 13 |
| 2. Inleidende begripsverhelderingen | 26 |
| 3. Wat faciliteert de verspreiding van desinformatie en nepnieuws in de digitale mediawereld? | 37 |
| 4. Zijn desinformatie en nepnieuws een bedreiging voor het functioneren van de democratie? | 46 |
| 5. Hoe nepnieuws en de kwalijke gevolgen ervan tegengaan?. | 57 |
| Aanbevelingen | 75 |
| Nawoord | 76 |
| Bronnen | 79 |
| Samenstelling van de werkgroep | 88 |

Samenvatting

Sinds de verkiezingscampagne van presidentskandidaat Donald Trump in 2016 is de term *'fake news'* niet meer uit de dagelijkse mediaberichtgeving weg te denken (Allcott & Gentzkow, 2017). Wellicht is dat een van de redenen waarom de term met de president van de Verenigde Staten geassocieerd wordt. Bepaalde gebeurtenissen, zoals woordvoerder Sean Spicer die beweerde dat nooit eerder meer mensen op een inauguratie waren afgekomen dan bij die van Trump in januari 2017, zijn daarbij exemplarisch: ook nadat televisiebeelden en tellingen ondubbelzinnig hadden aangetoond dat dit niet klopte, bleef Trumps woordvoerder dat 'feit' ontkennen. Toenmalig communicatieadviseur Kellyanne Conway schoot Spicer te hulp door te poneren dat hij zich op 'alternatieve feiten' baseerde. Dit lijkt een manier om nepnieuws te legitimeren: nepnieuws hoeft niet te wijken voor feitennieuws, aangezien het stoelt op een andere ('alternatieve') kijk op de 'veelzijdige' feiten. Die worden dan 'vanuit een ander perspectief' bekeken (Kakutani, 2018: 74).

Naast de verkiezingscampagne in de Verenigde Staten heeft ook het onverwachte resultaat van het brexit-referendum in Groot-Brittannië de discussie gevoed over de langetermijngevolgen voor de democratie van bewuste en doelgerichte campagnes die gebruik maken van demografische en zelfs psychologische kiezersprofielen (*microtargeting*) om misleidende informatie te verspreiden (Wardle & Derakhshan, 2017: 4, 26-28). Wat dankzij het optreden van de Verenigde Naties bekend werd over de massale uitdrijving van de Rohingya uit Myanmar en de rol daarin van haatcampagnes bij miljoenen gebruikers van Facebook, voedt het besef dat begrippen als 'macht', 'massageweld' en 'haatcampagnes' deel uitmaken van het bredere debat over nepnieuws en desinformatie. Het gaat om de macht en strijd over gevoelens, gedachten, denkwijzen en kennis.

De verkiezingscampagne van Donald Trump en de *microtargeting*-activiteiten van Cambridge Analytica tijdens de brexit-campagne tonen ons de donkere zijde van de digitale wereld. Maar er is een andere kant, die we niet uit het oog mogen verliezen bij het zoeken naar mogelijkheden om de digitale wereld aan regels te onderwerpen. Tot die lichtzijde behoort het besef dat de faciliteiten van de digitale wereld het voor ontelbare gebruikers mogelijk maken om contacten te onderhouden met bekenden en familieleden over de hele wereld. Ook het vinden van bruikbare informatie bij het plannen van allerlei activiteiten was nooit eerder zo gemakkelijk. De bekende filosoof-socioloog Jürgen Habermas vergeleek in een interview de opgang van de onlinesamenleving met de uitvinding van de boekdrukkunst. Het internet heeft al miljoenen nuttige niches gecreëerd, waar betrouwbare informatie en gefundeerde meningen worden uitgewisseld. Academics vinden er een groter publiek voor hun bevindingen, publicaties en kritische discussies. Daarom willen we in dit Standpunt genuanceerde en doelgerichte aanbevelingen formuleren die (online)desinformatie tegengaan, zonder aan de

verworvenheden van de digitale samenleving en de vrijheid van meningsuiting te raken.

Het eerste hoofdstuk brengt een overzicht van de maatschappelijke discussie die de voorbije jaren over het thema 'nepnieuws en desinformatie' woedde. Hoe nieuw is dit verschijnsel? Hoe onderscheidt het zich van historische fenomenen als politieke satire, spotprenten en propaganda? Hoe past de directe politieke communicatie met 'volgers' in de politieke democratie zoals wij die kennen? Men kan er niet aan voorbijgaan dat politieke overheden van de ons omringende landen zich met het fenomeen gingen bemoeien. We besteden nogal wat aandacht aan het vertrouwen in wetenschap en expertise in de huidige digitale samenleving.

In het tweede hoofdstuk zijn concepten aan de orde die in discussies over de impact van nepnieuws en desinformatie regelmatig aan bod komen: het onderscheid tussen 'waar' en 'onwaar', 'eerlijk' en 'oneerlijk', 'redelijk' en 'onredelijk', 'partijdig' en 'onpartijdig'. Wat betekent dat in de context van de zogenaamde *post-truth* ontwikkeling? In landen waar nepnieuws dominant aanwezig is, is de kans groter dat een aanzienlijk segment van de bevolking de maatschappelijke verstandhouding de rug toekeert. Een democratische samenleving heeft nochtans een voldoende mate van zo'n gedeelde kritische verstandhouding nodig om te kunnen functioneren. Wat onder meer gecultiveerd wordt in het onderwijs, de overheidscommunicatie en de kwaliteitsmedia, verliest aan betekenis en wordt minder of helemaal niet meer vertrouwd.

Het derde hoofdstuk biedt inzicht in de complexe factoren en in de actoren die aan de basis liggen van de verspreiding van desinformatie en nepnieuws. Vooral op websites van sociale netwerken en binnen sociale mediaplatformen gedijt nepnieuws bijzonder goed. Om een doordacht antwoord te kunnen geven op de uitdagingen waarmee een vrije democratische samenleving door de brede en snelle verspreiding van onlinedesinformatie en nepnieuws geconfronteerd wordt, is inzicht vereist in de logica en de faciliterende context van het huidige onlinecommunicatiesysteem. De participatieve onlinecultuur met al haar voor- en nadelen wordt besproken en we gaan dieper in op de specifieke rol die nieuwsmedia, sociale mediaplatformen en nieuwsgebruikers zelf spelen.

Het vierde hoofdstuk belicht oorzaken van nepnieuws en desinformatie, en legt het verband met het functioneren van de democratie. Het reeds aangehaalde dalende vertrouwen in de klassieke media en de toenemende politieke polarisering zijn hier aan de orde. Deze factoren zijn niet in alle westerse landen in dezelfde mate aanwezig. Zo is nepnieuws momenteel een veel groter probleem in de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk dan in een land als België, waar veel minder mensen met doelbewust verspreid nepnieuws in aanraking komen. Ook de inhoud van het nepnieuws verschilt naargelang van de landen. Dat nepnieuws in ons land geen alomtegenwoordig fenomeen is, neemt niet weg dat mensen zich zorgen

maken om andere vormen van desinformatie, zoals slordige journalistiek en misleidende communicatie van politici en politieke partijen.

In het vijfde hoofdstuk stellen we initiatieven voor die nationale en supranationale overheden al genomen hebben of plannen. Dit is een aanloop naar de aanbevelingen die de KVAB voorstelt en die verband houden met haar missie. Ze hebben betrekking op meer wetenschappelijk onderzoek naar de diverse aspecten van deze materie en op investeringen in *factchecking* en mediawijsheid. De aanbevelingen worden hieronder in een overzichtelijke lijst samengebracht. Het besef van de beperktheid en de begrenzing van de voorgestelde maatregelen is niet strijdig met de vaste wil om nepnieuws en desinformatie zoveel mogelijk te bestrijden. We kunnen ons immers voorstellen wat het kan betekenen als invloedrijke politieke leiders enerzijds geloven in complottheorieën en deze doelgericht verspreiden, en anderzijds *evidence-based* onderzoek naar bijvoorbeeld klimaatverandering ontkennen.

Dit Standpunt sluit af met een reflectief nawoord waarin het geleverde werk kritisch wordt bekeken en er een opening wordt gemaakt naar vragen die verder onderzoek vereisen. Er is veel aandacht gegaan naar het aanbieden en verspreiden van nepnieuws door machtige actoren via mediaplatformen en naar het antwoord daarop door regulering, *empowerment* van de gebruikers en *factchecking*. Er wordt op gewezen dat de problematiek van de digitale mediawereld niet alleen voortvloeit uit technologische en economische ontwikkelingen, maar ook te maken heeft met sociaal-politieke ontwikkelingen en met groeps- of massapsychologische factoren. De ontvangers zijn geen passieve slachtoffers. Nepnieuws wordt immers bij sommige bevolkingsgroepen gretig 'geproefd', 'gesmaakt' en intens doorgegeven via sociale media. Welke gevolgen heeft dit voor het functioneren van de democratie? Het KVAB-Denkersprogramma dat op dit Standpunt volgt wil door studie, onderzoek en de uitwisseling van ideeën een antwoord zoeken op de vragen die deze kwestie oproept.

Executive Summary

The battle for the truth. Fake news and disinformation in the digital media world

Ever since Donald Trump's 2016 election campaign the term "fake news" has become an integral part of daily media reports (Allcott & Gentzkow, 2017). Presumably, this is one of the reasons why the term has become associated with the president of the US. Specific events exemplify the phenomenon, as when spokesman Sean Spicer asserted – against all evidence – that the crowd at Donald Trump's inauguration in January 2017 was the biggest ever. After TV footage and head counts showed incontestably that his contention was false, Trump's spokesman continued to deny that "fact". The then communications advisor, Kellyanne Conway, came to Spicer's defence, claiming that his observations were based on "*alternative facts*". This sounds like a way of legitimising fake news: fake news need not give way to factual news, because it relies on a different (alternative) view of the 'multifarious' facts and looks at them from another perspective (Kakutani, 2018: 74).

In addition to the abovementioned US election campaign, the unexpected results of the Brexit referendum have also fed the discussion on the long-term consequences for democracy of deliberate and targeted campaigns that use demographic, and even psychological, profiles ('*micro targeting*') of voters in order to spread misleading information (Wardle & Derakhshan, 2017: 4, 26-28). What the *United Nations* revealed about the mass expulsion of the *Rohingya* from Myanmar, and about the role of hate campaigns among millions of *Facebook* users in this process, strengthens the realisation that terms such as 'power', 'mass violence' and 'hate campaigns' are all part of the wider debate on fake news and disinformation. What is involved is a struggle over feelings, thoughts, mindsets and knowledge.

Donald Trump's election campaign and the 'micro-targeting' activities of *Cambridge Analytica* during the Brexit campaign reveal the darker side of the digital world. But there is another side that we would do well not to forget when looking for ways to legislate the digital world. The facilities of the digital world allow countless users to stay in touch with friends and family across the entire world. Finding useful information, when planning all kinds of activities, has never been easier. In an interview, the famous philosopher-sociologist Jürgen Habermas compared the rise of the online society with the invention of the printing press. The internet has already created millions of useful niches where reliable information and well-founded opinions can be exchanged. Academics can now attract a wider public for their discoveries, publications and critical discussions. This is the reason why in this position paper we would like to make nuanced and very specific recommendations that counter (online) disinformation, without discounting the positive accomplishments of the digital society and freedom of expression.

The *first chapter* provides an overview of the public discussion that has taken place over the last few years on the theme of fake news and disinformation. How new is this phenomenon and how does it differ from similar phenomena in the past, such as political satire, cartoons and propaganda? How does direct political communication with 'followers' fit within the framework of political democracy as we know it? The fact that in surrounding countries political authorities addressed the phenomenon is duly noted. We will put a lot of emphasis on trust in science and expertise in the current digital society.

The *second chapter* looks at concepts that are regularly used in discussions about the impact of fake news and disinformation: the difference between 'true' and 'untrue', 'honest' and 'dishonest', 'reasonable' and 'unreasonable', 'biased' and 'unbiased'. What is the significance of these distinctions in the context of the so-called post-truth era? In countries where fake news is a dominating force, chances are higher that a significant segment of the population will turn its back on the social consensus. A democratic society usually requires a sufficient degree of shared critical understanding in order to function. What is offered in schools and universities, in government communication and in the quality press, loses meaning and is now trusted less and less or not at all.

The *third chapter* provides insights into the complex factors and actors behind the dissemination of disinformation and fake news. Social network websites and social media platforms are especially good breeding grounds for fake news. In order to formulate a sufficiently well-considered response to the challenges facing a free democratic society as a result of the far-reaching and rapid dissemination of online disinformation and fake news, some understanding of the logic and the facilitating context of the present-day online communication system is needed. The advantages and disadvantages of online participative culture will be discussed, and a more in-depth analysis of the specific role of news media, social media platforms and news users themselves will be provided.

The *fourth chapter* takes a closer look at the causes of fake news and disinformation and relates this to the way in which democracy functions. The previously mentioned erosion of the trust in traditional media and the rising political polarisation are of great relevance in this context. These factors do not exist to the same degree in all Western countries, so that fake news is currently a much more serious problem in the US and the UK than in a country like Belgium, where the number of people coming into contact with real fake news is significantly lower. Even the content of fake news differs from country to country. Just because fake news is not a pervasive phenomenon in our own country does not alter the fact that people are concerned about other forms of disinformation, such as sloppy journalism and misleading communication by politicians and their parties.

The *fifth chapter* presents the various initiatives that have already been taken by national and supranational authorities or are in the planning stages. This

is a lead-up to the recommendations that the KVAB would like to propose, in accordance with its mission. The recommendations mainly concern the need for more scientific research into the various aspects of this issue, and investments in fact-checking and media wisdom. The recommendations are summarised below in a list. We realize that the measures proposed are limited in scope and effect. This awareness goes hand in hand, however, with the firm desire to combat fake news and disinformation as effectively as possible. After all, it is not difficult to imagine what the consequences might be if, on the one hand, influential political leaders were to believe in conspiracy theories and deliberately spread them, while on the other hand denying 'evidence-based' research into, for example, climate change. This *Standpunt* ends with a reflective *afterword* that takes a critical look at the work presented and brings up questions that demand further investigation. It points out how a lot of attention has been paid to the supply and dissemination of fake news by powerful players via media platforms, as well as to the response to this problem via regulation, 'empowerment' of the users and 'fact-checking'. Note is taken of the fact that the problem of the digital media world arises not only from technological and economic developments, but also from socio-political shifts and group-or-mass psychological factors. The users are not passive "victims". In some population groups, fake news is "tasted", "savoured" and frequently forwarded via social media. What are the consequences of this behaviour for the functioning of democracy? The aim of the "thinkers' programme" that the KVAB is organizing as a follow-up to this *Standpunt*, is to find an answer to this question and to related ones by means of study, research and an exchange of ideas.

Recommendations

Recommendation 1. Given the lack of transparency in the online media world, *policy-backed research concerning various aspects of the functioning of online media platforms is strongly recommended*. We therefore advocate that this topic be included in governmental research calls.

Recommendation 2. We strongly emphasize the need to support applied research in which the spread of fake news is investigated from a comparative perspective – both geopolitically and longitudinally.

Recommendation 3. Given the importance of fact-checking for promoting transparency and increased resistance to disinformation, we advocate, on the Flemish level, the establishment of an *independent knowledge and action centre that puts fact-checking in Flanders on the map, rolls it out and builds it up*, taking into account future developments. Preferably, such an institution should be a collaborative effort of academics (universities, KVAB, *Jonge Academie*), higher education institutions, journalists and the media sector.

Recommendation 4. Since the development of such an institution is a long-term project, we propose for the immediate future to give maximum support to partnerships between media companies and between media companies and research institutes.

Recommendation 5. We emphasize the need to stimulate and support multidisciplinary research projects with a view to collating and developing relevant indicators that can assess the factuality and reliability of media reports. In the case of *AI* projects, partnerships with industry are recommended.

Recommendation 6: When including 'media wisdom' in the learning outcomes for secondary education, the Minister of Education, together with the education networks and in partnership with experts on media literacy, must make sure that clear objectives are formulated.

Recommendation 7. With a view to rapid fact-checking, journalists must be able to readily access available online resources with relevant contextual information. This should be an important component of courses and training for journalists.

Recommendation 8: A monitoring system is necessary to regularly evaluate the effect of the measures taken to advance media wisdom. With regard to education, one needs to investigate whether this can be achieved as part of the PISA project, in which Flemish schools participate.

Recommendation 9. With a view to understanding the socio-political changes and the mass-psychological factors that make the population receptive to consuming and passing on disinformation, extensive mass-psychological and socio-political population research is recommended.

Voorwoord

Reeks Standpunten

De reeks Standpunten van de Academie is een bijdrage tot een wetenschappelijk onderbouwd debat over actuele maatschappelijke en artistieke thema's. De auteurs, leden en werkgroepen van de Academie, schrijven in eigen naam, onafhankelijk en met volledige intellectuele vrijheid. De goedkeuring voor publicatie door een of meerdere Klassen van de Academie waarborgt de kwaliteit van de publicatie. Dit Standpunt werd goedgekeurd voor publicatie door de Klasse Menswetenschappen 17 november 2018.

De auteurs danken nadrukkelijk de leden van de werkgroep (zie lijst achteraan op blz. 88) en ook de velen die ons bij de voorbereiding van dit Standpunt spontaan documenten hebben bezorgd. In het bijzonder vermelden wij: Freddy Dumortier (vast secretaris van de KVAB), Joos Vandewalle (voorzitter van de KVAB), Hubert Bocken (voormalig voorzitter), de Klassebestuurders Godelieve Laureys en Kristiaan Versluys, Jan Jagers (docent en journalist), Maarten Boudry (filosoof en journalist) en het ondersteunend personeel van de Academie, in het bijzonder Ellen Van Impe en Nathalie Boelens. Allen hebben zij bijgedragen tot de totstandkoming van dit Standpunt.

De strijd om de waarheid. Over nepnieuws en desinformatie in de digitale mediawereld

"The ideal subject of totalitarian rule is not the convinced Nazi or the convinced Communist, but people for whom the distinction between fact and fiction (i.e. the reality of experience) and the distinction between true and false (i.e. the standards of thought) no longer exist" (Arendt, 1995).¹

Inleiding

De term *'alternative facts'* is sinds de verkiezingscampagne van 2016 in de VS als hét woord van 2017 in het nieuws blijven hangen en lijkt onlosmakelijk verbonden met de term *'fake news'* (Allcott & Gentzkow, 2017). Ondertussen is al diverse keren gebleken dat volgelingen van een 'leider' geen gesofistikeerde argumenten nodig hebben om ondanks empirische evidentie van het tegendeel hun leider te blijven volgen. Dat is een van de cognitieve en sociaalpsychologische 'wonderen' waarmee de hedendaagse geglobaliseerde informatieomgeving ons confronteert. Het onverwachte resultaat van het brexit-referendum heeft eveneens de discussie gevoed over de langetermijengevolgen voor de democratie van mediacampagnes die gebruik maken van demografische en psychologische kiezersprofielen om misleidende informatie heel doelgericht te verspreiden (Wardle & Derakhshan, 2017: 4, 26-28).

Door de keuze van deze twee sprekende voorbeelden uit het politieke domein kan men ten onrechte de indruk krijgen dat de kwaal van desinformatie, en soms van bewuste misinformatie via de media, zich beperkt tot onderwerpen van politiek belang. Enkele voorbeelden uit andere domeinen kunnen die indruk corrigeren: een topmeteoroloog zou hebben beweerd dat klimaatverandering een leugen is en dat *'global warming'* niet bestaat'. Of neem deze: 'Vaccins kunnen homoseksuele gevoelens opwekken bij kinderen' (aangehaald in Van Dijck, 2018a). De gezondheidszorgwet in de VS had al evenzeer af te rekenen met misinformatie (Pasek, Sood & Krosnick, 2015).² Het voordeel van de associatie van nepnieuws met het politieke domein is alvast dat de massale en snelle verspreiding van nepnieuws gezien wordt als een vorm van machtsuitoefening. Jeff Gieseer verwoordde deze stelling in een NAVO-document over het met 'gelijke wapens' bestrijden van IS als volgt: *'In today's globalized information environment, the ability to influence narrative and perception has become arguably the most leveraged, participatory, and relevant form of power.'* (Gieseer, 2017: 2).

¹ Ook aangehaald in de inleiding van Kakutani's *The Death of Truth*, 2018: 11. Michiko Kakutani won de Pulitzerprijs voor literaire kritiek en is het voormalige hoofd van de boekenbijlage van *The New York Times*. Zie ook: Hayes, 2018.

² De misinformatie is vooral aanwezig rond voorzieningen waarover door elites foutieve informatie werd verspreid, m.a.w. in geval van desinformatie.

Wie het artikel leest van Giese, dat oorspronkelijk in 2015 in het tijdschrift *Defense Strategic Communications* verscheen,³ zal niet verwonderd zijn dat de verspreiding van nepnieuws en andere vormen van desinformatie via sociale media als een 'oorlogsspel' ('*mememetic warfare*') binnen het digitale tijdperk beschouwd wordt. Men kan spontaan de neiging hebben om zo'n bewering als sterk overdreven te duiden, ook al weten we ondertussen dat machthebbers en (supra) nationale veiligheidsdiensten 'trollenlegers' van informatie- en mediadeskundigen in dienst nemen om hun macht te verstevigen of uit te breiden. Dat gebeurt niet alleen om een fenomeen als IS te bestrijden. Wat dankzij het optreden van de Verenigde Naties bekend werd over de massale uitdrijving van de Rohingya uit Myanmar en de rol daarin van Facebook-haatcampagnes bij miljoenen gebruikers via de *Free Basics Service* (HC 363, 2018: 22-12), voedt het besef dat de termen 'oorlog', 'massageweld' en 'haatcampagnes' in het debat over nepnieuws helemaal niet overdreven zijn. Onwillekeurig denkt men hierbij aan 'onbedoelde gevolgen' wanneer men Mark Zuckerberg, de CEO van Facebook, hoort beweren waar hij van droomde bij het ontwerpen van Facebook: mensen over de hele wereld dichter bij elkaar brengen (Ireton & Posetti, 2018: 95-96).⁴ Hier past de metafoor van de leerling-tovenaar die niet kon(?) vermoeden hoe verspreiders van informatie en hun volgers de aangeboden technische mogelijkheden zouden kunnen misbruiken. Men kan de vormen van nepnieuws als uitingen van macht en beïnvloeding in de geglobaliseerde informatieomgeving beschouwen. Het gaat om macht over gevoelens, gedachten, denkwijzen en kennis van mensen. Deze macht hangt samen met het talent om zowel het verhaal dat gebracht wordt als de perceptie ervan te beïnvloeden in een mediaomgeving van razendsnelle en massale verspreiding via een veelheid van niet meer te controleren kanalen, waaronder Facebook en Google (Dekeyser, 2018: 22). Door de inleiding van dit Standpunt te beginnen met een verwijzing naar de verkiezingscampagne van Donald Trump en naar de *microtargeting*-activiteiten van Cambridge Analytica komen we als vanzelf bij de donkere zijde van de digitale mediawereld.

Maar er is een keerzijde die niet aan de aandacht mag ontsnappen bij het zoeken naar mogelijkheden om de digitale wereld te controleren en aan regels te onderwerpen. Tot die lichtzijde behoort het besef dat dankzij de faciliteiten van de digitale wereld ontelbare gebruikers de mogelijkheid hebben om ondanks fysische afstanden en barrières contact te onderhouden met bekenden, vrienden en familieleden over de hele wereld. Het vinden van bruikbare informatie voor het plannen van allerhande activiteiten was nooit zo gemakkelijk. We staan, zoals de bekende filosoof-socioloog Jürgen Habermas beweert, nog maar aan het begin van een nieuw tijdperk. Er zijn op het internet miljoenen nuttige niches ontstaan

³ Dit *peer gereviewde* tijdschrift is een project van het NATO Strategic Communication Centre of Excellence (NATO StratCom COE).

⁴ Mark Zuckerberg in *Inside Facebook: Secrets of a Social Network*, een documentaire over het moderatiecentrum van Facebook. Uitgezonden op Canvas op 13/09/2018.

waar informatie en gefundeerde meningen uitgewisseld en aan kritische discussies onderworpen worden (Hermoso, 2018: 82).

Dit Standpunt bestaat uit vijf hoofdstukken, gevolgd door aanbevelingen en een nawoord. Het maatschappelijke debat rond het thema 'nepnieuws en desinformatie' wordt uitvoerig behandeld in het *eerste hoofdstuk*. Het *tweede hoofdstuk* is meer filosofisch van aard en gaat in op de relevantie van een reeks conceptuele onderscheidingen die in discussies over de impact van nepnieuws en desinformatie regelmatig aan bod komen. Er wordt aangegeven wat die onderscheidingen betekenen in de context van de *post-truth* ontwikkeling. Het *derde hoofdstuk* biedt inzicht in de factoren en actoren die aan de basis liggen van de verspreiding en het gedijen van desinformatie en nepnieuws in de digitale mediawereld. In het *vierde hoofdstuk* wordt dieper ingegaan op oorzaken van nepnieuws en desinformatie. Naast technologische redenen spelen nog heel wat andere factoren mee in het succes van nepnieuws. Het verband met het functioneren van de democratie komt hier in beeld. Het *vijfde hoofdstuk* overschouwt de initiatieven die voorgesteld worden – of reeds opgestart zijn – om de kwalijke gevolgen van desinformatie in de toekomst te vermijden of te beperken. Sommigen willen de vrijheid van expressie en meningsuiting inperken, maar daar wordt geregeld voor gewaarschuwd. In de lijn van het standpunt van de *International Federation of Library Associates and Institutes (IFLA)* is ook de KVAB gekant tegen elke vorm van censuur. Tegen de achtergrond van de vele initiatieven die worden voorbereid of reeds zijn genomen, formuleert KVAB een aantal positieve maatregelen die aansluiten bij wat tot haar opdracht behoort. Het is duidelijk dat de aanbevelingen niet automatisch zullen uitmonden in finale oplossingen. Het besef van een zekere beperktheid is niet strijdig met de vaste wil om nepnieuws en desinformatie zoveel mogelijk te bestrijden. We kunnen ons immers maar al te best voorstellen wat het kan betekenen als invloedrijke politieke leiders enerzijds wél geloven in complottheorieën die ze doelgericht verspreiden, maar anderzijds de ketens van oorzaak en gevolg ontkennen die, op grond van *evidence-based* onderzoek, collectief gedrag en natuurverschijnselen met elkaar in verband brengen (zie Schwartz, 2018).

Dit Standpunt wordt afgerond met een reflectief *nawoord* waarin het geleverde werk kritisch wordt bekeken en een opening wordt gemaakt naar vragen die verdere aandacht vereisen.

1. Overzicht van de maatschappelijke discussie

Vaak wordt nepnieuws in verband gebracht met de campagne voor de presidentsverkiezingen in de Verenigde Staten van eind 2016. In de laatste drie maanden voor die verkiezingen zou de communicatie over nepnieuws op sociale media, zoals Facebook en Twitter, omvangrijker geweest zijn dan die over 'feitennieuws' (Silverman, 2016; Wardle & Derakhshan, 2017: 11; zie ook Farkas & Schou, 2018).⁵ In de marge van deze gebeurtenissen is academisch onderzoek op gang gekomen naar het ontstaan en de verspreiding van nepnieuws. Dat wijst uit dat in die periode de top twintig van valse verkiezingsverhalen afkomstig was van *hoax sites*⁶ en blogs van fervente aanhangers van Donald Trump. Is nepnieuws een typisch verschijnsel van het huidige digitale tijdperk of is het van alle tijden? Is het alleen maar zo dominant in de media aanwezig omdat de technische mogelijkheden en veranderingen in de mediacultuur en -structuur dit mogelijk maken, zodat invloedrijke actoren er met de hulp van mediaexperts gebruik van kunnen maken?

Nepnieuws: een oud verhaal in een nieuw technologisch kleedje

Een studie van Allcott & Gentzkow (2017: 222) rapporteert dat in 2016 in de Verenigde Staten bij het zoeken op 65 *fake news sites* het aandeel van de sociale media als bron vier keer groter was dan op 690 *top news sites*. De massale aanwezigheid van burgers op sociale netwerken en het feit dat die burgers steeds vaker alleen maar nieuws via dit kanaal ontvangen, vergemakkelijkt de snelle verspreiding van nepnieuws. Onderzoekers van het Massachusetts Institute of Technology (MIT) traceerden de verspreiding van 126.000 nieuwsverhalen uit 2016 en 2017 die door ruim drie miljoen twitteraars meer dan 4,5 miljoen keer *geretweet* werden. Zes onafhankelijke *factcheck*-organisaties classificeerden die verhalen als 'waar' of 'onwaar' (nepnieuws). De resultaten van dit onderzoek naar de onlineverspreiding van *true and false new*' zijn gepubliceerd in *Science* (Vosoughi, Roy & Aral, 2018: 1146-51). Nepnieuwsberichten hadden blijkbaar 70% meer kans om *geretweet* te worden dan *tweets* die als 'waar' geclassificeerd werden. De studie inspireerde *De Standaard* op 9 maart 2018 (pagina D7) tot een bijdrage met de treffende titel 'Nepnieuws tuitert het luidst'. Het is opvallend dat zulke *retweets* niet systematisch worden ontkend door de bron waarin ze het

⁵ Het rapport van de Raad van Europa (Wardle & Derakhshan, 2017: 11) vermeldt, met een verwijzing naar een bijdrage van C. Silverman in *Buzzfeed News*, dat in de laatste drie maanden van de presidentscampagne gefabriceerde nieuwsberichten niet minder dan 8,7 miljoen keren gedeeld werden, reacties kregen en/of commentaar uitlokten op Facebook. In dezelfde periode werden de top twintig-verhalen van de 19 voornaamste websites in totaal 7,367 keren gedeeld, of kregen die reacties of commentaren op Facebook (Silverman, 2016).

⁶ *Hoax*: bedrog, trucs, oplichterij, grappen. Als de verspreiding via spotprenten gebeurt, spreekt men van '*memes*'.

daglicht zagen, ook niet nadat gebreken is dat een bericht *fake* is. In tegenstelling tot het oorspronkelijke nepbericht wordt de rechtzetting ervan dus veel minder gedeeld op de internetplatforms. Het sensatiegehalte van nepnieuws is blijkbaar groter dan de behoefte aan een rechtzetting.

De periode waarin de intensiteit van de berichtgeving over nepnieuws werd gemonitord kan gemakkelijk de indruk doen ontstaan dat nepnieuws vooral uit het kamp van president Trump kwam. Daar zijn ook argumenten voor. Het aantal valse of misleidende aanspraken door de 45ste president van de Verenigde Staten tijdens het eerste jaar van zijn mandaat werd berekend door *The Washington Post*. Men kwam uit op een totaal van 2450 claims, een gemiddelde van 5,9 per dag (Kakutani, 2018: 13). Ondertussen is dat aantal wat bijgesteld. In het pro-Trumpkamp werd al vlog melding gemaakt van nepnieuws dat verspreid wordt door de tegenpartij. Een artikel in *The Federalist* van de hand van Daniel Payne⁷ is daar exemplarisch voor. Daarin verdedigt de auteur de stelling dat er na de verkiezing in de gevestigde media een ware hysterie rond nepnieuws is ontstaan, terwijl diezelfde 'linkse' media zich zélf schuldig maken aan de massale verspreiding van nepnieuws: '*Day after day, even hour after hour, the media continue to broadcast, spread, promulgate, publicize, and promote fake news on an industrial scale.*' (Payne, 2016: 1). De auteur staft zijn bewering met zestien nepnieuwsberichten die verschenen na 8 november 2016, de dag van Trumps overwinning. Allemaal zijn ze afkomstig van bronnen die zich tegen die overwinning keren. De berichten werden door duizenden volgers gedeeld en *geretweet*, en ze werden ook overgenomen in een brede waaier van media.⁸ Volgens Payne betreft het duidelijke voorbeelden van nepnieuws. Het gaat soms ook om ongewild foutieve informatie ('*misinformation*') en slordige journalistiek, die achteraf werd gecorrigeerd. Het artikel van Payne werd op 8 februari 2017, twee dagen na verschijnen, door Trump zelf opgepikt en verspreid.

Eerder dan Donald Trump of zijn aanhangers te beschouwen als dé bron van de verspreiding van nepnieuws, wordt het gebruik van deze term gezien als een retorisch middel dat de president zelf aanwendt om beweringen van opposenten, met inbegrip van de journalisten van de mainstreammedia, te ondermijnen en tegen te spreken. Denk in dit verband aan het ontkennen van de opwarming van de aarde of ook van feiten uit het familiale verleden (De Foer, 2017; Van Dijck, 2018a: 1). Het classificeren van feitennieuws, analyses en opinies van opposenten als 'nepnieuws' is veelvuldig in gebruik bij machthebbers of woordvoerders van niet-democratische regimes waar de persvrijheid aan banden gelegd wordt. De

⁷ Daniel Payne is co-editor van *The College Fix* (het nieuwsmagazine van de *Student Free press association*) en publiceert regelmatig in *The Federalist*. A division of *FDRLST Media*.

⁸ Neem de zogenaamde klacht, verspreid door CNN, van Nancy Sinatra vanwege het zingen van het lied *My Way* tijdens de inauguratie van Trump.

term 'nepnieuws' wordt daar als legitimatie gebruikt om de 'vrije pers' het zwijgen op te leggen (Erlanger, 2017: 1-2).

Gebeurt dit alleen de dag van vandaag? En zijn de zogenaamde 'westerse democratieën' vrij te pleiten van het aanwenden van nepnieuws? Ook in die democratieën gaan politici flexibel en strategisch om met 'de waarheid', al langer dan vandaag. Een van de bekendste tegenvoorbeelden voor de bewering dat nepnieuw een nieuw verschijnsel zou zijn, is de bewuste vaagheid tussen 'weten' en 'geloven' bij de toenmalige Britse premier Tony Blair toen hij op 3 april 2002 beweerde dat president Saddam Hussain van Irak over massavernietigingswapens beschikte (McSmith & Cooper: 2016). Het verspreiden van foutieve informatie en nepnieuws in het kader van psychologische oorlogsvoering om de vijand te ontmoedigen of als propaganda en legitimatie vóór, tijdens, en na oorlogen of gewapende conflicten, is van alle tijden (Van der Horst, 2018). Julius Caesar laat in zijn boek *De Bello Gallico* ook al zien hoe dit kon en wat het hem opbracht.⁹ Onze geschiedenis wemelt van verhalen waarin groepen aangewezen worden als schuldig aan misdaden en epidemieën, ter rechtvaardiging van hun uitdrijving of zelfs uitroeiing. Joodse mensen kunnen daarover meespreken. Nepnieuws is met andere woorden geen nieuw verschijnsel. De vorm, snelheid en omvang die het aanneemt in de digitale wereld is dat wel.

Nepnieuws of desinformatie?

Zowat iedereen die over nepnieuws schrijft, haast zich om te stellen dat dit eigenlijk geen passende of bruikbare term is, maar dit heeft niet als gevolg dat de term verbannen wordt. Men blijft verder schrijven over nepnieuws, al wordt de term in titels vaak ontduddeld tot 'nepnieuws en desinformatie'. Een sprekend voorbeeld van een mislukte poging om van de term 'fake news' af te komen vindt men op de cover van een recente UNESCO-publicatie. De title: *Journalism, 'Fake News' & Disinformation: A Handbook of Journalism Education and Training* (Ireton & Rosetti, 2018).

Ook bij de voorbereiding van dit Standpunt werd er herhaaldelijk aan getwijfeld of de term 'fake news' wel bruikbaar is om het fenomeen te duiden. Is de scope van 'nepnieuws' niet te nauw? Spreken we niet beter over 'desinformatie'?

Wat zijn de argumenten om de term 'nepnieuws' te doorstrepen? In een aantal na 2016 verschenen rapporten en studies wordt aangevoerd dat de term 'desinformatie' te verkiezen is boven 'fake news' omdat: (1) de term 'fake news' inadequaat is om het complexe fenomeen van de 'informatiepollutie' te beschrijven,

⁹ Zie bijvoorbeeld: Vereniging Classici Nederland, 2018 (<http://klassieken.nu/2017/09/21/de-bello-gallico-caesars-zelfverheerlijking/>).

aangezien nepnieuws ook betrekking heeft op inhoud die niet compleet *fake* is maar gefabriceerd, en vermengd met feiten en praktijken die nog weinig met nieuws te maken hebben¹⁰; (2) de term 'nepnieuws' grotendeels voorbijgaat aan de doelbewuste en vaak automatische verspreiding van deze berichten¹¹; (3) de term misleidend is omdat sommige politici en hun aanhangers hem gebruiken om voor hen 'ongunstig' feitennieuws dat in de gevestigde media verschijnt, te ontkennen (HLGFD, 2018: 10; zie ook Wardle & Derakhshan, 2017: 5). In die discussie wordt de indruk gewekt dat 'desinformatie' een neutraal concept zou zijn terwijl 'nepnieuws' in heel wat landen een onderdeel is geworden van de politieke discussies.

De scope van 'desinformatie' is ruimer dan die van 'nepnieuws' omdat dit niet alleen op 'nieuws' betrekking heeft, maar op allerhande vormen van 'verstoorde' informatie. Men kan zelfs beweren dat nepnieuws een bepaalde vorm van desinformatie is.¹² In het volle besef dat 'nepnieuws' een geladen term is, namen we in dit Standpunt naast 'desinformatie' toch de term 'nepnieuws' in de titel op en gebruiken we de term ook, omdat dit het beste aansluit bij de actuele maatschappelijke debatten in de media.¹³ De lezer heeft dan onmiddellijk een idee waarover het gaat. Daarnaast wordt, waar dat passender is, ook naar andere vormen van desinformatie verwezen.

Nepnieuws! Gemakkelijk te onderscheiden van feitennieuws?

Een nieuwsbericht waarin ongewild een inhoudelijke fout is geslopen is geen nepnieuws. Ook foutieve informatie is geen nepnieuws, als er geen opzet in het spel is of als het toe te schrijven is aan gebrek aan kennis of inzicht. Onbewuste fouten of onnauwkeurigheden in wetenschappelijke rapporten zijn dat ook niet. Ook de zeer frequent voorkomende foutieve interpretatie van statistische informatie in de media is geen nepnieuws, hoezeer dat ook leidt tot valse conclusies en interpretaties vanwege het ontbreken van de elementaire statistische kennis om zich aan de interpretatie van zulke informatie te kunnen wagen.¹⁴ In zulke gevallen is er sprake van misinformatie. De geloofwaardigheid van de beweringen die eruit

¹⁰ Men verwijst in dit verband naar door Donald Trump uitgestuurde berichten die inhoudelijk niet als 'nep' kunnen worden bestempeld, maar waarvoor elke informatie (tijd, plaats) ontbreekt om ze in een context te kunnen plaatsen.

¹¹ In dit verband verwijst men naar automatisch aangemaakte accounts of *bots*, naar netwerken van niet bestaande (nep)volgelingen en naar gerichte en vermomde reclame.

¹² Er is een belangrijk onderscheid tussen '*misinformation*' (foutief maar niet bewust) en '*disinformation*' (bewust foutief).

¹³ Merk op dat ook de expertgroep achter het HLGFD-rapport beide termen gebruikt: *High Level Group on fake news and online disinformation*.

¹⁴ Zie bijvoorbeeld *De onzekerheid van politieke barometers* (Billiet, Molenberghs & Vansteelandt, 2012) en *Politieke peilingen in de media: fictie of frictie?* (Billiet & Sonck, 2009).



voortvloeien is in hoge mate afhankelijk van het vermogen om de procedures en methoden te beoordelen waarop de uitspraken gebaseerd zijn.

Er is sprake van nepnieuws in geval van desinformatie: intentionele (opzettelijke) vormen van misinformatie. In dit geval worden uit de lucht gegrepen verzinsels verspreid met als doel mensen te beïnvloeden (propaganda), te misleiden en/of zoveel mogelijk clicks in het internetverkeer te verzamelen (geldgewin). Nepnieuwsberichten worden gepost op valse nieuwssites die daar speciaal voor worden opgericht. Men probeert die berichten dan via sociale media zo breed mogelijk te verspreiden om zo bepaalde lagen uit de bevolking te beïnvloeden. Vormen van *fake news* zijn: inhoud verzinnen, vormelijke kenmerken van een bestaande inhoud wijzigen, het vervalsen van de bron, een commentaar voorstellen als een feit, accurate inhoud met een valse context in verband brengen (HC 363, 2018: 7). Satire en parodieën horen daar niet bij zolang ze als zodanig herkenbaar zijn. Met dit laatste belanden we in een grijze zone.¹⁵

De producenten van nepnieuws kunnen specifieke politieke doelen hebben, zoals het beïnvloeden van een verkiezingsuitslag, maar soms zijn de motieven louter commercieel: hoe meer mensen een bericht aanklikken of delen, des te hoger de advertentie-inkomsten (Hermans, 2017): '*Elke keer dat u klikt op "fake news", wordt iemand anders daar een beetje rijker van. Tot 10.000 dollar per maand valt er te verdienen met het verspreiden van leugens.*' (De Greef, 2016: 40-44). Soms wordt er nog een derde vorm van misinformatie onderscheiden: *malinformation*

¹⁵ Denk hierbij aan sommige bijdragen op de website *Apache* en de vroegere bijdragen van Koen Meulenaere achteraan in *Knack*.

heeft als bedoeling schade aan te richten aan personen, organisaties of landen (Wardle & Derakhshan, 2017: 20). De verspreiding van vals nieuws wordt zeer ingrijpend wanneer het gaat om een zeer gerichte verspreiding (*datatargeting*) van extreem partijdige standpunten die inspelen op de angsten en vooroordelen van burgers met de bedoeling hun kiesintenties, politieke opvattingen en gedrag te beïnvloeden (HC 363, 2018: 3). Vooral 'vlottende' kiezers zijn daar vatbaar voor, in zoverre zij in het digitale tijdperk meer via de sociale media bereikt worden dan door de traditionele mediakanalen (Witte, 2017: 58).

De gerichte onlineverspreiding van nepnieuws: stoorzender in een democratie?

Een van de meest besproken, meer directe gevolgen van *fake news* betreft de manipulatie van verkiezingsuitslagen door *data targeting*. Zowel de door velen in Europa gevreesde meerderheid voor de *leave*-keuze in het brexit-referendum als de verkiezing van Trump wordt mede toegeschreven aan de misleiding door 'nepnieuws' en andere vormen van desinformatie tijdens de kiescampagnes. Hoe verschilt deze vorm van politieke mobilisatie niet van wat wij in onze contreien, in de hoogdagen van de verzuiling, tot ver in de vorige eeuw gekend hebben? Toen gebeurde het doorgeven van de nodige informatie en kennis om op een rationele wijze politieke keuzes te kunnen maken nog overwegend binnen de 'eigen kring'. Ideologisch gescheiden netwerken van organisaties, elk exclusief verbonden met een politieke 'familie', verzorgden de politieke vorming van hun 'leden' via allerlei activiteiten en kanalen (Witte, 2017; Billiet, 1988). De eigen 'waarheid' was toen hoofdzakelijk bestemd voor de brede achterban. Na de jaren 1950 en de Schoolstrijd kwamen daar barsten in. Journalisten van openbare en andere media ijverden voor 'onafhankelijke' nieuwsgaring en duiding. Een steeds meer ongebonden pers veroverde terrein. Ondanks het voortbestaan van de verticale parallelle structuur van onderwijsnetten kwam er binnen het onderwijs alvast meer verscheidenheid in ideeën en opvattingen tot stand.

De breuklijnen liggen nu elders. In *Onderwijs in de symbolische samenleving* stelde socioloog Elchardus in 2002 vast dat de variatie in maatschappelijke waardeoriëntaties rond de eeuwwisseling vooral gedragen werd door verschillen inzake het genoten onderwijs. In *De dramademocratie* uit 2003 drukte hij al de bezorgdheid uit dat het gedrag van burgers steeds meer wordt bepaald door media, reclame en de werking van de markt, en dat ook politici gretig gebruik maken van ontspanningsprogramma's op radio en tv met een groot spektakelgehalte.¹⁶ Mediastategieën als Stemtesten konden nog enigszins gezien worden als pogingen om in een ontzuilde context de keuze van 'ontzuilde' kiezers te oriënteren op de voor hen 'best passende' partij.

¹⁶ Denk aan de poging om opkomende politici op verkiesbare plaatsen te krijgen in het VTM-programma *Idool 200x*.

De huidige directe beïnvloeding van kiezers via de sociale onlinenetwerken, vooral als de informatie doordrenkt is van massaal gedeeld nepnieuws, is van een heel andere orde. Wanneer kiezers niet in staat zijn om zich een betrouwbaar beeld te vormen van de politieke scène of van wat er gaande is in de samenleving, kunnen zij onmogelijk het gevoerde beleid volgens hun eigen prioriteiten en belangen naar waarde schatten. Zij zijn bijgevolg niet in staat om op een adequate wijze politieke opties te evalueren en bekwame politici te verkiezen (Auger, 2017).

Fake news ontmoet big data

Na de onthullingen over Cambridge Analytica werd de zeer gerichte beïnvloeding van segmenten van de bevolking via het gericht doorsturen van op die segmenten afgestemde (*tailored*) informatie aan de orde gesteld. Het werd duidelijk welke ingrijpende gevolgen voor een samenleving *microtargeting* kan hebben.¹⁷ Door het samenvoegen van grote databanken met allerlei soorten gegevens, zowel demografische kenmerken als informatie over consumptiegedrag, probeert men binnen segmenten van de bevolking psychologische profielen te bepalen. Men wil zo de kansen achterhalen dat bepaalde keuzes zullen gemaakt worden binnen verzamelingen van min of meer gelijkgestemde individuen die tot een segment behoren. Naargelang van predispositieprofielen wordt vervolgens op maat gesneden informatie gestuurd waarin de ontvangers feit en 'fabricage' bijzonder moeilijk kunnen onderscheiden.¹⁸ Edward Greenspon, CEO van het Canadese *Public Policy Forum*, en Taylor Owen, professor digitale media, publiceerden daar in mei 2017 naar aanleiding van de toen nakende Canadese verkiezingen een alarmerende bijdrage over: *Fake news 2.0: threat to Canada's Democracy*. Daarin stelden zij dat '*a combination of artificial intelligence software and data analytics build on vast consumer surveillance will allow depictions of events and statements to be instantly and automatically tailored, manipulated and manufactured to the predispositions of tiny subsets of the population*'.

Het beïnvloeden van voorkeuren van burgers door politieke propaganda is natuurlijk niet nieuw. Advertenties hebben van nature een aspect van beïnvloeding en technieken om hun geloofwaardigheid te verhogen worden aangeleerd in cursussen marketing. De grens tussen feit en fictie, waar en vals, is in politieke communicatie in zekere zin altijd vaag geweest. Het verschil met nepnieuws is dat het nu gaat om valse informatie die niet herkend wordt als reclame voor een politicus of partij. In het geval van bewust misleidende informatie vanuit een politiek belang of doelstelling worden valstrikken bewust opgezet. De auteur van

¹⁷ De methodologie van *microtargeting* wordt ontwikkeld binnen diverse afdelingen van *Strategic Communication Laboratories (SCL)* een groep van bedrijven met diverse gespecialiseerde afdelingen zoals '*defense consultancy*', '*Elections*' e.a. (HC 363, 2018: 34).

¹⁸ Bijvoorbeeld: bepaalde onderdelen van een partijprogramma of een selectie van argumenten die buiten de oorspronkelijke context een andere betekenis krijgen.

zulke berichten vervalst feiten, verzint gebeurtenissen of zet ze zelfs in scène (Verhoeven, 2017: 1).

Politieke overheden maken zich zorgen

Dat de maatschappelijke gevolgen van het doelbewust en georganiseerd verspreiden van nepnieuws worden onderkend, mag blijken uit de enorme aandacht die nieuwsmedia aan het verschijnsel besteden. Traditioneel betrouwbaar geachte nieuwsbronnen ondernemen acties om de geloofwaardigheid van hun nieuws te blijven waarborgen. Ook Wikipedia startte een nieuwe nieuwssite op die de strijd aangaat met nepnieuws. Zelfs Facebook, dat door zijn mogelijke link met de *microtargeting*-activiteiten van onder meer Cambridge Analytica in het oog van de storm terechtkwam, pretendeert maatregelen te nemen (Van Tyghem, 2017). Wat echter het gebruik van algoritmen en de onzorgvuldige omgang met persoonsinformatie aangaat, werd zelfs tijdens *hearings* hierover nog steeds niet de noodzakelijke transparantie bezorgd (HC 363, 2018: 19, 34-36).¹⁹

Steeds meer overheidsinstellingen buigen zich over het fenomeen 'nepnieuws', al dan niet in samenwerking met academische instanties. Men maakt zich zorgen over het bereik en de snelheid waarmee zowel (onbedoelde) misinformatie als bewuste desinformatie zich digitaal verspreiden. We verwijzen naar de aankondiging door de Franse president Macron van een wet tegen '*fausses nouvelles*' (Masse, 2018: 18) of naar de oprichting van een bijzondere eenheid als onderdeel van de Britse National Security Council (Lomas, 2018: 1-4). Meer recent (29 juli 2018) publiceerde het Britse House of Commons een lijvig rapport dat gebruik maakte van de voorheen verschenen rapporten en van de ondertussen openbaar geworden *microtargeting*-activiteiten van Cambridge Analytica (HC 363, 2018: 26-28). In Duitsland is een wet van kracht, het *Netzwerkdurchsetzungsgesetz*, waarin sociale netwerken de verplichting krijgen om haatzaaierij en nepnieuws op hun netwerken te voorkomen. Het hoeft niet te verwonderen dat zulke maatregelen op heel wat weerstand stuiten en zelfs 'erger dan de kwaal' genoemd worden omdat ze kunnen gezien worden als een vorm van censuur die strijdig zijn met de vrijheid van meningsuiting (Stelman, 2018). Toch wordt bij de vermelde overheidsinitiatieven doorgaans duidelijk onderstreept dat aan de vrije meningsuiting niet geraakt mag (en zal) worden. Het belang van dat principe wordt zeer sterk beklemtoond in het verslag van de 'Belgische expertengroep inzake fake news en desinformatie', dat lessen kon trekken uit de ervaringen in de buurlanden en zo in juli 2018 tot een evenwichtige reeks voorstellen kwam.²⁰ Ook de International Federation

¹⁹ De samenwerking met sommige academici (psychologen) die Facebookgegevens niet uitsluitend voor academische doeleinden gebruikten, werd opgeheven (HC 363, 2018: 28-34).

²⁰ Zie: <https://www.decree.be/nl/expertengroep-formuleert-aanbevelingen-voor-aanpak-fake-news>, met een link naar het rapport in pdf-formaat: https://www.dropbox.com/s/99iza9kmbwbjels/20180718_rapport_onlinedesinformatieNL.pdf?dl=0

of Library Associates (IFLA) beklemtoont sterk de noodzaak om bij het nemen van maatregelen de vrijheid van expressie en toegang tot informatie te blijven waarborgen.²¹

Ook twee studies die op initiatief van Europese instellingen werden uitgevoerd, geven uiting aan de bezorgdheid van overheden over nepnieuws. We geven ze bijzondere aandacht vanwege de daarin ontwikkelde concepten en voorgestelde remedies. Een studie over *information disorder* werd in opdracht van de Raad van Europa door twee academici uitgevoerd (Wardle & Derakhshan, 2017). De tweede studie, over *fake news* en online-disinformatie gebeurde in opdracht van de Europese Commissie door een Independent High Level Expert Group (HLGFD)²². Deze door onafhankelijke experts opgestelde rapporten werkten een conceptueel kader uit om het ontstaan en de verspreiding van nepnieuws in de bredere context van desinformatie in het digitale tijdperk te bestuderen en begrijpen. De digitale omgeving biedt aan burgers niet alleen nieuwe mogelijkheden tot zelfexpressie, maar maakt het ook mogelijk dat zich in toenemende mate allerlei vormen van desinformatie ontwikkelen of al dan niet bewust worden verspreid (HLGFD, 2018: 10). De rapporten gaan uitvoerig in op de maatregelen die nodig zijn om nepnieuws te bestrijden, zonder aan de vrijheid van meningsuiting te raken. Er is zelfs een heuse *roadmap* uitgewerkt met initiatieven die de Europese Commissie tussen juli 2018 en april 2019 geacht wordt te nemen (HLGFD, 2018: 33-34). In het afsluitende hoofdstuk van dit Standpunt komen sommige van die maatregelen ter sprake, met bijzondere aandacht wat tot het bevoegdheidsdomein van de academische wereld behoort.

Gemeenschappelijk aan beide rapporten is dat desinformatie via het internet wordt gezien als een bedreiging voor het democratie, omdat wordt aangenomen dat de geloofwaardigheid van verkiezingen en democratische waarden in een veelheid van sectoren op het spel staan (HLGFD, 2018: 5). De snelle en brede verspreiding van nepnieuws kan immers het wantrouwen en de verwarring onder de burgers doen toenemen en zo nationalistische, etnische, raciale en religieuze spanningen in de hand werken (Wardle & Derakhshan, 2017: 4). Nepnieuws wordt ook soms als bedreiging van de nationale veiligheid beschouwd, zoals mag blijken uit een uitvoerig verslag van een workshop die op 20 november 2017 werd gehouden in het kader van het *Academic Outreach*-programma van de Canadese veiligheidsdiensten.²³

²¹ Zie: <https://www.ifla.org/publications/node/67341>

²² Het rapport werd in maart 2018 uitgegeven door het directoraat-generaal voor Communicatie Netwerken, Inhoud en Technologie: *A multidimensional approach to disinformation* (HLGFD, 2018).

²³ Een interdisciplinaire groep van experts uit Canada, de Verenigde Staten en Europa kwam daar samen om zich aan de hand van voorbereide papers te buigen over de manipulatie van informatie voor politieke doeleinden en de mogelijke gevolgen voor de nationale veiligheid en de integriteit van democratische instellingen (CSIC, 2018: 3). Dat resulteerde in het rapport *Who said what?*

Vertrouwen in wetenschap en expertise in een digitale samenleving

Behalve bij de politieke overheden is er ook in gerenommeerde wetenschappelijke instellingen grote bezorgdheid ontstaan. Dit Standpunt is daar een getuige van. De KVAB zet zich hiermee op de lijn van *All European Academies (ALLEA)*, een organisatie die de Europese academies voor wetenschappen groepeerd. Binnen die organisatie werkte een groep experts aan een heldere discussiepaper over het vertrouwen, de geloofwaardigheid en de wetenschappelijke expertise in het zogenaamde *post-truth* tijdperk. Een van de scherpste analyses kan men lezen in de opmerkelijke jaarrede van de afscheidnemend president²⁴ van de Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen (KNAW), die werd gehouden op 28 mei 2018 (Van Dijck, 2018a en 2018b). De analyse van professor Van Dijck verdient onze volle aandacht.

Het vertrouwen in de wetenschap staat de afgelopen jaren volop in de belangstelling. Dat heeft niet alleen te maken met een aantal in de media uitgesponnen verhalen over fraude in de wetenschap en het optreden daartegen door wetenschappelijke instellingen, maar ook met vragen over allerlei discussies die wetenschappers en journalisten vaak onvoldoende zorgvuldig voeren in de media. De aandacht die in toespraken en documenten aan het vertrouwen in de wetenschap besteed wordt, kan erop wijzen dat men zich daar zorgen over maakt.²⁵ Het tanende vertrouwen in de wetenschap wordt in verband gebracht met de aantrekkingskracht van nepnieuws, ook al blijkt volgens opiniepeilingen meer dan 80% van de ondervraagden, professoren en wetenschappers nog tot de top vijf van de meest te vertrouwen beroepen te behoren.²⁶

Over een aantal feiten is na jarenlang grondig onderzoek, kritische reflectie en discussie binnen de wetenschappelijke disciplines een grote consensus ontstaan. Voor veel onderwerpen is dat echter (nog) niet het geval. Volgens Van Dijck hoeven die onzekerheid en twijfel het vertrouwen in de wetenschap niet te ondermijnen, zolang het proces van wetenschappelijke kennisverwerving gericht is op het vinden van een *common ground*: een verzameling feiten en inzichten

The Security Challenges of Modern Information. Men kan in tegenstelling tot in de hiervoor besproken overheidsrapporten de NAVO-ideologie achter de selectie van de cases moeilijk ont-kennen.

²⁴ De president van KNAW is lid van de ALLEA-werkgroep *Truth, Trust & Expertise*.

²⁵ Ook de rector van de KU Leuven, Luc Sels, drukte in zijn openingsrede *Integriteit en vertrouwen, een universiteit kan niet zonder* bij de opening van het academiejaar 2018-2019 (24 september 2018) die bezorgdheid uit. <https://www.kuleuven.be/communicatie/congresbureau/opening-academiejaar/toespraken/integriteit-en-vertrouwen-een-universiteit-kan-niet-zonder>.

²⁶ Zie voetnoot 4 in Van Dijck (2018a: 2). Er wordt verwezen naar o.m. een IPSOS-enquête uit 2017 over het vertrouwen in beroepsgroepen. Bron: Veracity Index IPSOS Mori, 2017. <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2017-11/trust-in-professions-veracity-index-2017-slides.pdf>.

die op een zorgvuldige wijze tot stand is gekomen. 'Zorgvuldigheid' verwijst hier naar een proces dat beantwoordt aan de eisen van integriteit, transparantie, onafhankelijkheid en rekenschap afleggen. Onderzoekers beantwoorden aan die vereisten door met elkaar samen te werken en te communiceren, en vooral ook door elkaars maat te nemen en tegenspraak te organiseren, onder meer via replicatieonderzoek. Concreet betekent dit dat onderzoekers hun '*data, methoden, bronnen en redeneringen openstellen voor heranalyse, herinterpretatie en debat met collega's én met het publiek*' (Van Dijck, 2018a: 2). Consensus ontstaat als er respect is voor dialoog en voor verschillende inzichten. Hoewel wetenschappers geen scheidsrechters van 'de waarheid' zijn, opereren zij toch op basis van een institutioneel ingebed vertrouwen in hun oordelen, door het opnemen van *checks and balances* in het onderzoeksproces (ALLEA, 2018: 6). Alleen op die wijze kunnen wetenschappers betrouwbare experts zijn (Van Dijck, 2018a: 2).²⁷ Het bedrieglijk voorwenden van deze basisvoorwaarden door tijdschriften die pretenderen wetenschappelijk te zijn, is de reden waarom ze 'nep' genoemd worden.²⁸

De snelle opkomst van onlinecommunicatie en van sociale media heeft een heel nieuwe dynamiek doen ontstaan, waarbij het zwaartepunt van het publieke debat verschoven is van de traditionele media naar online. Daar wordt het wetenschappelijke discours van logisch redeneren, rationele bewijsvoering en transparantie, aangevallen. Deze institutionele pijlers van het vertrouwen in de wetenschap wankelen hierdoor (Van Dijck, 2008a: 3). Toch zou het niet van wijsheid getuigen om de digitale samenleving alleen maar als een bedreiging voor het vertrouwen in wetenschappelijke expertise te beschouwen. Er zijn ook nieuwe kansen . verbonden aan de participatieve onlinecultuur.²⁹ Die zijn gunstig voor de ontwikkeling van de vermelde *common ground*.

Alles samen genomen verschillen de pijlers van het vertrouwen in de media niet grondig van die waarop het vertrouwen in de wetenschap rust. Ook daar is een systematische controle van groot belang om *common* [*fc* *bX* te scheppen door *ZY* *hYb* *Yb* *meningen in een publiek debat naast cZ* *tegenover elkaar te wegen* *Yb* *XY* *'i* *Jgh* *YX* *of redelijkheid ervan te beredeneren*' (Van Dijck, 2018: 3). Het proces van digitalisering en 'platformisering' houdt in dat wetenschappers nog

²⁷ Onderzoek toont aan dat de transparantie-eis voor velen een ware uitdaging is, die nog onvoldoende aandacht krijgt. Onderzoekers van het Centrum voor Sociologisch Onderzoek gingen na hoeveel informatie wordt gegeven in de *Data and Methods*-secties van 305 gepubliceerde artikels over comparatief onderzoek in 29 internationale tijdschriften. Ze onderzochten ook de variatie in transparantie tussen de artikels. Het resultaat is ontluisterend. Geen enkel artikel geeft volledige informatie over de uitgevoerde analyse, en de helft van de artikels biedt slechts de helft van de informatie die nodig is om het uitgevoerde onderzoek naar waarde te schatten (Damian, Meuleman & Van Oorschot, 2017).

²⁸ Zie de discussie die hierover in de Vlaamse pers en op websites werd gevoerd tussen 8 en 13 augustus 2018 (*De Morgen*, 8, 10 en 13 augustus; *De Volkskrant*, 8/08; *De Tijd*, 10/08; *Belga*, 11/08 om 19:10; *De Standaard*, 13/08).

²⁹ Zie de verwijzing naar het interview met Habermas hierover in de inleiding (Hermoso, 2018).

transpanter moeten worden over hun bronnen, de herkomst van hun gegevens en de gebruikte verwerkings- en interpretatiemethoden (Van Dijck, 2018a: 5). Zo verhoogt de druk op wetenschappelijke experts om rekenschap af te leggen.

Worden journalistieke en wetenschappelijke waarden overboord gegooid in de participatieve onlinecultuur?

De snelle groei van de participatieve onlinecultuur heeft de verhouding tussen experts en 'leken' danig gewijzigd. Iedereen en elke organisatie kan nu makkelijk zelf informatie genereren, publiceren en verspreiden. In het parallelle universum van de digitale samenleving staan belangrijke informatie en verzinsels schijnbaar met hetzelfde gezag naast elkaar en de digitale kanalen die de informatie verspreiden bieden voor de gebruiker weinig houvast over de betrouwbaarheid van die informatie (Rushdie, 2018). Bronnen kunnen van twijfelachtige afkomst zijn maar er toch betrouwbaar uitzien (Van Dijck, 2018a: 4).

Zoals reeds vermeld toont onderzoek naar de verkiezingscampagne van 2016 in de Verenigde Staten aan dat de gebruikers van sociale media meer aandacht besteden aan desinformatie dan aan 'ware' berichten (Vosoughi, Roy & Aral, 2018). Veel gebruikers laten zich bij het naar waarde schatten van berichten leiden door hun voorkennis of vooroordelen. Op sensatie gerichte desinformatie sluit vaak aan bij bestaande vooroordelen en bij wat hun 'vrienden' denken en beweren (Van Dijck, 2018a: 4). Het zoekgedrag op internet kan bij gebruikers gemakkelijk tot een 'tunnelvisie' leiden, aangezien op mediaplatformen (zoals Facebook, Google e.a.) en in zoekmachines vroegere interesses van de gebruikers een grote rol spelen bij het selecteren en signaleren van 'nieuws'.³⁰ Inzicht in zulke cognitieve psychologische processen is van belang om te begrijpen wat aan de hand is en hoe sommige actoren daar gebruik van maken.

De algoritmen achter de zoekmachines zijn niet neutraal. Ze gebruiken verschillende criteria, zoals aansluiten bij de belangstelling van de gebruiker (gemeten via het klikgedrag); het gedrag in de totale populatie (wat het meest bekeken wordt); de plotse toename of afname in de aandacht voor een item; wat *hot* en sensationeel is en een groot spektakelgehalte heeft (*trending topics*); wat kort en eenvoudig kan uitgelegd worden. Wat de kijker (of luisteraar) als 'nieuws' waarneemt, wordt grotendeels gestuurd zonder dat de mediagebruiker zich daar bewust van is.³¹ In klassieke mediastudies spreekt men in dit verband van '*confirmation bias*'³²,

³⁰ Zie in dit verband de bijdrage in *De Standaard* van 10/08/2018: *Facebook promoot betrouwbaar nieuws (en dat is wat we zelf kiezen)* (Van Ginneken, 2018: 2-3).

³¹ Zie het derde hoofdstuk voor een uitgebreidere behandeling van dit thema.

³² Dit concept komt uit de klassieke studies over massacommunicatie van de jaren 1960. Toen werd in een aantal wetenschappelijke studies aangetoond dat mensen de neiging hebben om eigen opvattingen te bevestigen. Ze zoeken niet alleen naar informatie die hun ideeën bevestigt, maar

waardoor gevestigde vooroordelen en hypothesen gemakkelijk bevestiging krijgen in de publieke opinie. Dat dit tot misbruik met grote maatschappelijke gevolgen kan leiden, is onlangs nog tot uiting gekomen in de zaak rond klokkenluider Christopher Wylie, die onthulde welke rol het bedrijf Cambridge Analytica in 2016 gespeeld zou hebben bij de uitkomst van het Britse exit-referendum en de presidentsverkiezingen in de Verenigde Staten (Garschagen, 2018; Vanderschoot, 2018).

Er worden complottheorieën aangedragen om de rage van het nepnieuws te verklaren. En behalve opiniemakers en belangengroepen die de publieke opinie willen sturen worden politieke belanghebbenden en commerciële ondernemingen met de vinger gewezen (De Greef, 2016: 40-44). Google en Facebook zelf pikken een graantje mee. Nepnieuws kan bijzonder goedkoop geproduceerd en verspreid worden door groeperingen van allerhande strekkingen. Het past ook goed bij de zogenaamde *clickbait*-tendens³³ in de internetjournalistiek, die misleidende, sensationele titels bij een artikel of een video gebruikt om de lezer tot een 'klik' te verleiden. En zo meer inkomsten uit internetreclame genereert. De verspreiding van misinformatie is ingebed in het *financieel model* van de digitale media (Greenspon & Owen, 2017: 1).

Ook in de publieke media komt het overnemen van berichten van andere media zonder bronvermelding steeds vaker voor. Onder druk van strakke deadlines beperken journalisten zich vaak tot het controleren van gemakkelijk te verifiëren 'feiten'. Verbanden tussen feiten die veel moeilijker te controleren zijn of die verscheidene interpretaties en debat toelaten, worden kritiekloos overgenomen en tot 'waarheid' verheven (Elchardus, 2017: 23). Op die manier worden twijfelachtige berichten van andere, minder betrouwbare bronnen door de 'ernstige' media gevalideerd. Sociale media, zoals Facebook en Twitter, zijn bovendien uitermate geschikt om nepnieuws te verspreiden, onder meer via websites die *hoaxes* en desinformatie publiceren.³⁴ Zulke sites verschillen van satirische (en dus humoristische) websites doordat de misleiding bewust gebeurt en erop gericht is bezoekers te doen geloven dat het om betrouwbare nieuwsbronnen gaat. Er spelen ook politieke belangen. Deze praktijk is, zoals reeds aangehaald, sterk toegenomen tijdens de Trump/Clinton-campagne. In die zin is het niet verwonderlijk dat we het sindsdien over de *post-truth* periode hebben.

interpreteren nieuwe informatie ook op een manier die overeenstemt met hun eigen ideeën. Deze cognitieve mechanismen spelen ook een rol bij de herinnering van informatie of gebeurtenissen. *Confirmation bias* gaat dus over de neiging van mensen om selectief informatie te verzamelen of te onthouden.

³³ Zie: Frampton, 2015 (zie Wikipedia).

³⁴ Een door Wikipedia gepubliceerde lijst van nepnieuws-websites bevat tientallen websites waarin de betrokken sites beschreven worden (Wikipedia, 2018a). Er is ook een overzicht per land (Wikipedia, 2018b). Geraadpleegd op 30 maart 2018.

2. Inleidende begripsverhelderingen

In dit hoofdstuk bespreken we een aantal conceptuele onderscheidingen die in de discussies over de impact van nepnieuws en desinformatie regelmatig aan bod komen, zoals het onderscheid tussen 'waar' en 'onwaar', 'feit' en 'fictie', 'partijdig' en 'onpartijdig'. We geven telkens aan in welke zin die onderscheidingen iets leren over wat men in het kader van de berichtgeving karakteriseert als *post-truth*.

Waar en onwaar

Mensen gebruiken de begrippen 'waar' en 'onwaar' erg vaak. Met de uitspraak 'dat is waar' laten ze blijken dat ze ergens mee instemmen. 'Iets waar vinden' betekent: ermee akkoord gaan dat het mag gelden als uitgangspunt voor wat verder besproken zal worden. Wanneer mensen in een gewoon gesprek instemmen met wat beweerd of vastgesteld wordt, verwacht niemand dat ze dat doen met wetenschappelijke precisie. De kwaliteit van de evaluatie van wat we in een gesprek als 'waar' laten gelden, wordt bepaald door het soort gesprek. Wanneer vrienden op een terras gemoedelijk bijpraten, dan zullen ze op basis van andere criteria met elkaars overtuigingen instemmen dan wanneer geneesheren overleggen over een medische diagnose of wanneer een raad van bestuur vergadert over de te volgen bedrijfsstrategie. De aard van de criteria op basis waarvan men in een gesprek met elkaars observaties en opinies instemt, is in die zin afhankelijk van *het type verstandhouding* waarin men dat oordeel velt.

'Iets waar vinden' betekent niet noodzakelijk iets definitief waar vinden. Wat we beamen beschouwen we niet onmiddellijk als dé waarheid. Mensen weten dat, als ze gewezen worden op feiten die de betrouwbaarheid van wat ze waar vinden in het gedrang brengen, ze hun overtuiging zullen moeten herzien. Dat houdt hen echter niet tegen om in de loop van een gesprek bepaalde vaststellingen 'waar' te noemen en zo te laten blijken dat ze bereid zijn die vaststellingen momentaan te laten gelden als betrouwbare uitgangspunten binnen hun overleg. Zonder consensus over wat mensen onderling beschouwen als 'de feiten' kan er niet worden overlegd of gediscussieerd. Een minimum aan *common ground* is noodzakelijk om met elkaar van gedachten te kunnen wisselen en de relevantie van elkaars argumenten te kunnen inschatten.

Het is belangrijk zich te realiseren dat overtuigingen slechts overtuigingen zijn zolang men ervan overtuigd kan blijven dat ze waar zijn, gegeven de informatie waarover men tot dan toe beschikt. Wanneer we in een gesprek, door een bericht of bij het lezen van een tekst geconfronteerd worden met feiten die de plausibiliteit van onze overtuiging in het gedrang brengen, houdt die overtuiging op onze overtuiging te zijn. Mensen kunnen niet overtuigd zijn van iets waarvan

ze weten dat het onwaar is. Mocht dat wel het geval zijn en we zouden kunnen geloven wat we graag zouden willen geloven, zonder rekening te houden met de feiten, dan zou het irrelevant zijn om met elkaar van gedachten te wisselen. Het is omdat en zolang 'waar' en 'onwaar' bepalend zijn voor de relevantie van onze overtuigingen, er iets op het spel staat dat ons nauw aan het hart ligt wanneer we nadenken, iets onderzoeken of over iets overleggen. Mocht alles even waar zijn, dan had nadenken, onderzoeken en overleggen geen zin.

Zoals aangegeven verschillen de criteria op basis waarvan mensen iets als waar beschouwen naargelang van het soort verstandhouding waarin ze van gedachten wisselen. In sommige verstandhoudingen neemt men het niet al te nauw, in andere wil men zo rigoureuus mogelijk achterhalen wat er ergens precies van aan is. Binnen dit soort *kritische verstandhouding* wordt verwacht dat iedere gesprekspartner alles wat de voorlopige gemeenschappelijke uitgangspunten in het gedrang zou kunnen brengen, aan bod brengt. Het ligt voor de hand dat een dergelijke kritische verstandhouding zich bijvoorbeeld zou moeten ontwikkelen in de context van een juridisch proces of een wetenschappelijke discussie. Tijdens een juridisch proces ziet de voorzitter erop toe dat alle mogelijke getuigenissen en alle mogelijke visies en feiten die de tussentijdse overtuigingen in het gedrang zouden kunnen brengen, de revue passeren om op die manier van de conclusie een zo robuust en uitgebalanceerd mogelijk eindoordeel te maken. Hetzelfde geldt (idealiter) voor het debat onder wetenschappers: daarin worden onderzoekers uitgenodigd om alle gegevens, alle methodologische tekortkomingen en alle redeneerfouten die de conclusie van een bepaalde publicatie ter discussie kunnen stellen, aan de orde te stellen. De bedoeling is datgene waar de wetenschappers samen mee kunnen instemmen, datgene wat ze samen betrouwbaar vinden, preciezer, accurater, juister en robuuster te maken. Het zijn niet alleen rechters en wetenschappers wier opdracht het is om zo waarheidsgetrouw mogelijk te oordelen wat waar en wat onwaar is. Dat geldt ook voor journalisten. We komen daar zo dadelijk op terug.

In een aantal contexten is het cultiveren van een kritische verstandhouding waarin strenge waarheidscriteria gelden onontbeerlijk, maar er zijn ook contexten waarin mensen liever geen kritische verstandhouding zien ontstaan. In intieme kring, onder vrienden of familieleden, verkiezen mensen spontaan een verstandhouding waarin iedereen geneigd is in te stemmen met de gezelligheid van een onder-ons-sfeer. In zo'n sfeer wordt verwacht dat men elkaars opvattingen zal bevestigen en de onderlinge solidariteit zal beschermen tegen wat de *in-group* bedreigt. Mensen zijn geneigd om in omstandigheden waarin een *onkritische verstandhouding* aangewezen is, zich te oriënteren op instanties die hun vertrouwde standpunten in bescherming nemen. Ze houden er immers niet van dat de vooronderstellingen die borg staan voor de eenvoud van hun wereldbeeld en de rechtvaardiging van hun initiatieven en plannen in

vraag worden gesteld.³⁵ Daarom zullen ze zich in hun sociale contacten of in de context van klassieke en sociale media bij voorkeur oriënteren op mensen die hun opinies bevestigen.³⁶ Het ligt voor de hand dat wat in dit soort onkritische context 'waar' gevonden wordt een ander karakter zal hebben dan het soort vaststellingen en visies waarmee men in een kritische verstandhouding instemt. Wat zijn de implicaties van deze conceptverheldering met betrekking tot de berichtgeving in de media?

(1) Zoals in een gewoon gesprek wat als 'waar' wordt beschouwd afhankelijk is van het soort verstandhouding waarin dat gesprek wordt gevoerd, zal ook in de sfeer van de publieke opinie de aard van de criteria om iets als 'waar' te omschrijven afhankelijk zijn van het maatschappelijk klimaat waarin die criteria van toepassing zijn. Media oefenen naast onderwijsinstellingen, culturele organisaties en levensbeschouwelijke bewegingen een impact uit op de aard van dat maatschappelijk klimaat. Vanuit de Verlichtingstraditie en de sociaal-culturele ontvoogdingsstrijd streven die instanties traditioneel naar de vorming van een kritische maatschappelijke verstandhouding. In die zin wordt ook van journalisten verwacht dat ze waken over de kwaliteit van wat hun doelpubliek als 'waar' beschouwt door alles wat misleidend, ongefundeerd of gelogen is aan het licht te brengen.³⁷

Zoals we hebben aangegeven voelen mensen zich echter niet spontaan aangetrokken tot kritisch denken. Ze verkiezen vaker het comfort van een argeloze onder-ons-sfeer. En omdat media fungeren in een concurrentiële omgeving, oriënteren ze zich op wat de eindgebruiker wenselijk vindt. Om lezers, luisteraars en kijkers zich thuis te laten voelen zijn televisiekanalen, radionetten, kranten en magazines zich uitdrukkelijk gaan aandienen als de virtuele thuishavens van specifieke doelgroepen. In een dergelijk kader wordt ook aan nieuwsredacties gevraagd om het nieuws 'dichter bij de mensen' te brengen, om de stijl van de berichtgeving minder formeel, vlotter en meer joviaal te maken en om de onderwerpen te laten aansluiten bij de onder-ons-sfeer die het profiel van het medium typeert. Die optie was en is niet te gemakkelijk te verzoenen met het cultiveren van een kritische maatschappelijke verstandhouding. De meest extreme journalistieke toegevingen werden gedaan in landen waar nepnieuws momenteel een ernstig probleem vormt, zoals in de

³⁵ Soms wordt die toestand omschreven met de term 'anomie'.

³⁶ We refereren hier aan de literatuur over *confirmation bias* (zie: Nickerson, 1998) en over *need for closure* (Kruglanski, Webster & Bjork, 1996), en aan de literatuur in het spoor van de *attribution theory* (Kelley, 1967).

³⁷ *International Federation of Journalists Declaration of Principles on the Conduct of Journalists* (Adopted by the 1954 World Congress of the International Federation of Journalists - IFJ. Amended by the 1986 World Congress.): '*Respect for truth and for the right of the public to truth is the first duty of the journalist.*' In de actuele journalistieke codes probeert men het begrip 'waarheid' te vermijden. Ten onrechte.

Verenigde Staten en in het Verenigd Koninkrijk. De criteria op basis waarvan lezers, kijkers en luisteraars die zich richten op tabloids, radioshow's en tendentieuze kabelnieuws iets als 'waar' beschouwen, is in die landen het meest problematisch. Het is in dat opzicht geen toeval dat personen die participeren aan dit soort onkritische verstandhoudingen er weinig problemen mee hebben om via sociale media massaal nepnieuws te verspreiden. Het is precies ook in die landen dat er tussen de partijen en belangengroepen weinig publieke consensus bestaat over wat moet worden beschouwd als waar of onwaar.

(2) De analogie tussen een 'gewoon gesprek' en een publiek debat maakt duidelijk dat, zonder consensus over wat in een samenleving als waar of onwaar mag worden beschouwd, er zich geen gemeenschappelijke overtuigingen zullen kunnen vormen die als uitgangspunt kunnen dienen van het overleg tussen partijen en belangengroepen over zaken die van algemeen belang zijn. Concreet betekent dit dat, wanneer het in een samenleving onduidelijk wordt wat men samen als waar of onwaar mag beschouwen, er zich onvoldoende *common ground* zal vormen om redelijk overleg tussen de strekkingen mogelijk te maken. Hoe vager het onderscheid tussen waar en onwaar en hoe kleiner de consensus over de uitgangspunten in de publieke discussies over de problemen waarmee samenlevingen worden geconfronteerd, hoe groter de kans dat iedereen zich op basis van tendentieuze informatie in zijn of haar particuliere leefwereld terugtrekt. Partijen en belangengroepen plooiën zich dan elk vanuit een verschillende werkelijkheidsbeleving terug op een eigen gelijk. De samenleving zal met andere woorden polariseren en alle redelijke publieke discussies en onderhandelingen zullen vastlopen. Sommige mensen zullen dan tragisch genoeg de indruk hebben dat het enige middel dat hen nog rest om conflicten te beslechten erin bestaat geweld te gebruiken.

Als het creëren van *common ground* voor maatschappelijk overleg van publiek belang is, hoe doe je dat dan? Bestaan er vaststellingen waar niemand aan voorbij kan en waarmee iedereen die ermee geconfronteerd wordt zal moeten instemmen? Traditioneel werd aangenomen dat er inderdaad vaststellingen bestaan die in elke discussie een betrouwbaar uitgangspunt vormen: dat zijn 'de feiten'.

Feit en fictie

Onder 'feiten' verstaan mensen vaststellingen waar niemand omheen kan: iedereen die ermee geconfronteerd wordt, zal (moeten) instemmen dat ze 'waar' zijn. Feiten worden daarom beschouwd als stabiele uitgangspunten voor overleg en discussie. Onder 'fictie' verstaan we het omgekeerde: fictie heeft betrekking op wat niet aan de feiten beantwoordt. Fictie is wat is verzonnen, wat zonder evidentie wordt geponeerd, wat niet hard kan worden gemaakt. Fictie kan entertainen, kan de creativiteit van het denken verhogen en kan verkennen

hoe iets zou kunnen verlopen zijn,³⁸ maar in tegenstelling met feiten biedt fictie geen onloochenbare uitgangspunten over wat er zich de facto voordoet in het kader van overleg of discussie. Fictie op zich vormt geen bedreiging voor een waarheidsgetrouwe omgang met de werkelijkheid, zolang het duidelijk is dat het om fictie gaat. Dat betekent dat nepnieuws op zich geen schadelijke effecten heeft, zolang mensen zich tenminste realiseren dat het om nepnieuws gaat. Pas wanneer feit en fictie niet goed te onderscheiden zijn, wordt het onmogelijk om overeenstemming te bereiken over de uitgangspunten van het maatschappelijk debat.

De robuustheid van feiten wordt vaak toegeschreven aan hun empirisch verifieerbaar karakter. Dat gezichtspunt is echter misleidend, omdat de subjectieve betekenissen die aan feiten toegeschreven worden vaak constitutief zijn voor hun feitelijkheid.³⁹ In de humane en sociale wetenschappen wordt aangenomen dat de feitelijkheid van een gegeven niet alleen teruggaat op de materialiteit van dat gegeven, maar ook op de relevantie van dat gegeven binnen een gegeven betekenis kader.⁴⁰ Het is op basis van deze vaststelling dat sommige intellectuelen (voortijdig) hebben geconcludeerd dat berichtgeving nooit objectief kan zijn. Elke communicatie over een gegeven zal immers noodzakelijkerwijze gerelateerd zijn aan het kader van waaruit dat gegeven wordt gepercipieerd. Omdat de context van een gegeven doorgaans meervoudig is en er in die zin meerdere kaders gelden van waaruit de feitelijkheid van een gegeven kan worden geïnterpreteerd, is elke interpretatie betrekkelijk. Dat zou impliceren dat waarheid in absolute zin niet bestaat.

Dat besluit klinkt dramatischer dan het in werkelijkheid is, omdat waarheid in absolute zin zelden aan de orde is, noch in onze gangbare gesprekken, noch in onze vertrouwde realiteitsbeleving. Waarheid in absolute zin is enkel aan de orde binnen sommige religieuze, metafysische en positivistische opvattingen over de werkelijkheid, maar in de sfeer van maatschappelijk relevante pro-

³⁸ Een goed voorbeeld zijn historische romans die voor een groot deel op 'feiten' berusten, maar waarin hiaten in het verhaal zo ingevuld worden dat ze gebeurd zouden kunnen zijn. Zulke 'ingevulde' passages zijn fictief, maar de mate waarin ze ingebed zijn in 'ware' en gecontroleerde gebeurtenissen kan variëren van weinig tot heel aannemelijk. Zie bijvoorbeeld de romans van Joris Tulkens over o.m. Vesalius en het Leuvense Collegium Trilingue.

³⁹ Zo wordt de feitelijkheid van een bankbiljet van 20 euro bepaald door de subjectieve waarde die we in ons sociaal-economisch interactiesysteem aan dat biljet toeschrijven. Buiten het kader waarin we dat briefje als 20 euro beschouwen, is het niet meer dan een stukje papier. De feitelijkheid van een briefje van 20 euro berust in die zin niet enkel op wat dat briefje in materieel opzicht empirisch waarneembaar voorstelt, maar ook en vooral op de subjectieve waarde die aan dat briefje wordt toegekend.

⁴⁰ Dit is een belangrijk thema in het werk van de fenomenologische socioloog Alfred Schütz (1932), die nauw aanleunt bij Wittgenstein, en van de symbolisch interactionist Erving Goffman (1974).

blemen of in onze dagelijkse interacties heeft dit soort waarheidsopvatting geen greep (meer). Nagenoeg alle vaststellingen en overtuigingen waarvan we in ons dagelijks bestaan aannemen dat ze waar zijn, zijn dat alleen binnen een door specifieke kaders gestructureerde interpretatiecontext.⁴¹ Dat is de reden waarom een historicus of een journalist zich nooit zal kunnen beperken tot een uitwendige beschrijving van empirisch vaststelbare gebeurtenissen, zoals dat wel het geval lijkt in exacte wetenschappen. Verslaggevers zullen de door specifieke kaders gestructureerde interactiepatronen moeten reconstrueren van waaruit de betrokkenen aan de historische of actuele gebeurtenissen betekenis hebben toegekend.

De beschouwingen over de betrekkelijkheid van waarheid en de relatieve relevantie van feiten spelen in de discussies over *post-truth* en nepnieuws een belangrijke rol. Zowel postmoderne intellectuelen als Alessandro Baricco als populistische communicatiestrategen als Steve Bannon en Mishaël Modrikamen ontkennen dat feiten een robuust en objectief karakter hebben, maar hun motieven om dat te beargumenteren staan diametraal tegenover elkaar. Populistische communicatiestrategen relativiseren de robuustheid van feiten omdat hen dat goed uitkomt. Ze willen kunnen laten uitschijnen dat hun 'alternatieve' feiten even geloofwaardig zijn als de werkelijke feiten. Als sceptische filosofen aannemen dat feiten geen objectief karakter hebben, bedoelen ze niet dat je de feiten in alle mogelijke richtingen kan 'plooiën'. Ze gaan er enkel vanuit dat wat feiten te betekenen hebben, geen definitief karakter heeft. De betekenis van feiten wordt volgens hen bepaald door het kader van waaruit aan die feiten betekenis wordt toegeschreven. Omdat er vaak meerdere betekenis-kaders bestaan en er in die zin verschillende interpretaties van de feiten mogelijk zijn, nemen ze aan dat elke interpretatie betrekkelijk is, maar daaruit besluiten ze niet dat je over alles om het even wat kan beweren. Terwijl populistische communicatiestrategen de harde feiten miskennen, willen postmoderne intellectuelen enkel wijzen op de betrekkelijkheid van de manier waarop die feiten geïnterpreteerd kunnen worden. Hun motief om de betrekkelijkheid van interpretaties aan de orde te stellen, berust niet op strategisch opportunisme maar op epistemologische overwegingen. Zij zullen de alternatieve feiten van populistten, zoals deze met betrekking tot het aantal aanwezigen op de inauguratie van president Trump, nooit ernstig nemen. Dat soort feiten zijn immers simpelweg miskenningen van de realiteit. Dat populistische communicatiestrategen zich dit soort grove miskenningen kunnen permitteren, komt omdat ze zich richten op een publiek dat daar ontvankelijk voor is. Er zijn inderdaad groepen die blindelings instemmen met hun 'alternatieve'

⁴¹ Zo is de feitelijkheid van een datum enkel relevant in een gemeenschap waarin iedereen uitgaat van een welbepaalde tijdsindeling. En de feitelijkheid van iemands voorrang op een kruispunt is afhankelijk van een particulier verkeersreglement. Het feit dat iemand *offside* stond, is enkel relevant binnen het kader van de spelregels die gelden wanneer we voetbal spelen.

feiten, niet omdat die feiten zouden aansluiten bij een alternatieve interpretatie van de werkelijkheid, maar vanwege een blind vertrouwen in de visies van hun *in-group* en een emotionele weerzin ten aanzien van alle informatie die tegen die particuliere visies ingaat.

Ook al weten we dat de betekenissen die de feitelijkheid van een gegeven bepalen, niet naar believen kunnen worden geïnterpreteerd, toch is het nog niet helemaal duidelijk hoe er over de betekenisinterpretatie van een gegeven overeenstemming kan worden bereikt. Ook als we aannemen dat waarheidsgetrouwe verslaggeving over de feiten niet alleen berust op wat een gegeven in materieel opzicht voorstelt, maar ook op wat dat gegeven te betekenen heeft vanuit de diverse betekeniscontexten waarin het zich voordoet, dan rijst nog steeds de vraag hoeveel gewicht men aan de verschillende contexten moet toekennen. De interpretatiekaders van waaruit mensen vaststellen wat er aan de hand is zijn niet alleen meervoudig, ze zijn vaak ook 'verstandhoudingsspecifiek'. Dat impliceert dat wat een gegeven te betekenen heeft vanuit verschillende verstandhoudingen op een verschillende manier zal worden geïnterpreteerd. Hoe kan je, gegeven dat feit, op een objectieve manier aan verslaggeving doen?

Partijdig en onpartijdig, redelijk en onredelijk

In exacte wetenschappen is het helder wat objectiviteit betekent. Het impliceert dat men abstractie maakt van alles wat niet strikt observeerbaar is. Zoals aangegeven ligt het niet voor de hand om in de context van verslaggeving of geschiedschrijving abstractie te maken van wat niet empirisch verifieerbaar is, omdat je dan meteen ook abstractie zou maken van de door tekensystemen gestructureerde interactiepatronen waarbinnen aan dat materiële gegeven betekenis en relevantie wordt toegekend. Wat betekent het dan om in dit soort context objectief te werk te gaan?

Onder historici, essayisten, filosofen, cultuurcritici en journalisten wordt objectiviteit in verband gebracht met onpartijdigheid. Een onpartijdig standpunt komt overeen met het standpunt van iemand die als buitenstaander geen vooringenomen sympathieën en antipathieën koestert voor de particuliere partijen die bij de gebeurtenissen betrokken zijn. Vanuit een onpartijdig perspectief wordt de tegenstelling tussen de *in-* en de *out-group* overstegen. In een onpartijdig en waarheidsgetrouw verslag is men erop bedacht om de particuliere betekenissen die door de verschillende partijen aan een gegeven toegeschreven worden, te beoordelen vanuit het standpunt van een *universeel* publiek waarin elk individu gelijkberechtigd wordt.

Respect aan de dag leggen voor ieders standpunt wordt soms naïef opgevat als het naast elkaar laten bestaan van allerlei heterogene meningen: de ene ziet het zo,

de andere ziet het anders, en dat is dat. Het resultaat van onpartijdig onderzoek is meer dan een inventaris van alle mogelijke particuliere interpretaties. In verslaggeving zullen die wel degelijk tegen elkaar worden afgewogen. Niet alle interpretaties zijn immers even overtuigend. Interpretaties kunnen berusten op misvattingen, leugens of zelfbedrog. Ook in onpartijdig onderzoek komt het erop aan alle informatie die de plausibiliteit van een interpretatie in het gedrang kan brengen aan bod te brengen, vanuit de betrachting om een zo betrouwbaar beeld te kunnen vormen van hoe een gegeven mag/kan worden geïnterpreteerd.

De kenmerken van een onpartijdige ingesteldheid staan in scherp contrast met wat een vertrouwelijke *particularistische* 'onder-ons' sfeer karakteriseert. In zo'n sfeer gaat men bij het beoordelen van een gegeven uit van allerlei impliciete gedeelde vooronderstellingen die men zo vanzelfsprekend vindt dat men zich van de particulariteit daarvan niet bewust is. Enkel wanneer blijkt dat wat vanuit de vertrouwelijke verstandhouding wordt gepercipieerd en beleefd niet begrepen wordt door iemand die niet vertrouwd is met de groep specifieke vooronderstellingen, en men die persoon moet uitleggen hoe dat gegeven vanuit de vertrouwelijke verstandhouding wordt gepercipieerd en beleefd, zal men zich realiseren hoe particulier die impliciete groepsvooronderstellingen zijn. Voor iemand die het niet gewoon is de gangbare vooronderstellingen van zijn eigen kring te bekijken vanuit het perspectief van iemand die niet aan die kring participeert, lijken die particuliere vooronderstellingen universeel vanzelfsprekend, terwijl mensen die niet uitgaan van die vooronderstellingen worden gepercipieerd als raar, fout, van slechte wil, gek of iets van die orde. Pas als je begrijpt dat je eigen uitgangspunten op basis waarvan je spontaan onderscheidingen maakt⁴² relatief zijn, zal je de eigen uitgangspunten niet in absolute zin waar en natuurlijk vinden. Dit besef van relativiteit ontstaat in het besef dat in andere culturen andere onderscheidingen worden gemaakt. Het is in deze context dat redelijkheid kan worden gedefinieerd als wat vanuit het perspectief van een universeel publiek begrepen kan worden.⁴³

We noemen iemand 'redelijk' als die persoon in staat is zijn eigen situatie en die van anderen te beoordelen vanuit een perspectief waar zijn persoonlijke emotionele betrokkenheid geen greep meer op hem of haar heeft. Binnen zo'n perspectief kan hij of zij op een serene manier zoeken naar oplossingen die, gegeven de wetmatigheden van de realiteit en de tegenstrijdige belangen voor alle partijen, zo ideaal mogelijk zijn. Wanneer we omgekeerd mensen verwijten dat ze onredelijk zijn, bedoelen we dat ze onvoldoende afstand kunnen nemen

⁴² Zoals tussen wat je kan eten en niet eten, hoe je je moet kleden, hoe je je moet gedragen in diverse sociale omstandigheden en dergelijke...

⁴³ Op dit punt sluiten we aan bij de definitie die Chaim Perelman aan redelijkheid heeft gegeven: redelijk is wat argumentatief overtuigend is voor een universeel publiek.

van zichzelf en dat ze alles wat ze denken en doen laten bepalen door de passies en emoties die hun perceptie van de realiteit vertekenen.

Afstand nemen van wat je spontaan voelt en denkt, door jezelf te observeren vanuit het perspectief van een welwillende buitenstaander, is relevant in de context van onze persoonlijke én collectieve betrokkenheid. Zeker in samenlevingen die onvermijdelijk steeds meer multicultureel worden is redelijkheid een absolute voorwaarde om met elkaar te kunnen overleggen. Een maatschappelijke verstandhouding is idealiter kritisch maar het best ook redelijk. Het ligt voor de hand dat berichtgeving daartoe kan bijdragen.

In tegenstelling met de exact-wetenschappelijke rationaliteit, waar objectiviteit betekent dat men abstractie maakt van alle medeleven, is er in de sfeer van wat we hier redelijkheid noemen, wel degelijk plaats voor inleving, sympathie en evaluatieve appreciatie. Wat vanuit een onpartijdig redelijk standpunt als 'waar' wordt beschouwd, komt overeen met *de beschrijving* van een particuliere situatie waarmee een welwillende vreemdeling, die over voldoende achtergrondinformatie beschikt om de betekenis van wat zich voordoet te vatten, kan instemmen.

De culturele traditie van waaruit mensen het belang van redelijkheid en onpartijdigheid vooropstellen, ligt aan de basis van tal van andere morele idealen die moeilijk van elkaar los te koppelen zijn. Het is niet evident de oorsprong en de evolutie van die culturele traditie te reconstrueren, maar het is veilig aan te nemen dat het uitgangspunt zich vooral tijdens de Verlichting heeft uitgekristalliseerd. Dat uitgangspunt was en is dat vanuit een universeel gezichtspunt alle mensen gelijkwaardig zijn: dat is de reden waarom wij nu vinden dat iedereen gelijk voor de wet moet zijn; dat elk individu recht heeft op menswaardigheid; dat alle mensen moeten worden beschouwd als een doel op zich en nooit als een middel; dat beslissingen over mensen nooit zonder hun inspraak genomen mogen worden en dergelijke. Terwijl exact-wetenschappelijke objectiviteit beschouwd kan worden als een waardenvrij methodologisch uitgangspunt, zijn redelijkheid en onpartijdigheid niet moreel en politiek neutraal. Ze zijn geen onderdelen van een instrumenteel nuttige methodologie. Het zijn principes die berusten op de overtuiging dat elk menselijk individu evenwaardig is. Het is in die zin vanuit een redelijk en onpartijdig standpunt bijvoorbeeld onmogelijk uit te gaan van de superioriteit van een ras of van de ongelijkheid tussen man en vrouw. In principe is elk discours waarin de gezichtspunten van mensen die behoren tot een *out-group* worden genegeerd of waarin de informatie die de plausibiliteit van de opvattingen van de *in-group* ondergraaft wordt weggelaten, onredelijk en partijdig. Gelijkberechtiging impliceert dat niemands inbreng in de discussie of het onderzoek van wat zich in een samenleving voordoet mag worden uitgesloten. Dit soort uitgangspunt is, gegeven de politieke discussies van onze tijd, veel minder moreel-neutraal dan men zich dat spontaan voorstelt.

Het conceptuele onderscheid tussen redelijk en onredelijk is relevant voor de interpretatie van de actuele *post-truth* sfeer. In landen waar de verspreiding van misleidende informatie in het kader van het politieke besluitvormingsproces een reëel probleem vormt, zoals in de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk, heeft een belangrijk deel van de bevolking alles wat pretendeert 'redelijk' en 'onpartijdig' te zijn de rug toegekeerd. In beide landen is er een vertrouwensbreuk ontstaan tussen de instanties die de klassieke Verlichtingsidealen uitdragen – redelijkheid, gelijkberechtiging, menselijke gelijkwaardigheid, onpartijdigheid e.d. – en mensen die zich verzetten tegen wat ze beschouwen als een verdorven meritocratische elite. Wat sommige postmoderne critici en populistische communicatiestrategen beweren, is wellicht aannemelijk. Het klopt dat in onze westerse samenlevingen het belang van wetenschap, democratie, menselijke gelijkwaardigheid, redelijkheid en onpartijdigheid werd voorgehouden door een bevoorrechte klasse. Er werd en er wordt inderdaad ook nu nog in onderwijs- en overheidsinstellingen, in gezaghebbende kwaliteitskranten, in 'klassieke' socio-culturele en politieke organisaties doorgegeven dat kritisch denken, vrijheid en mensenrechten fundamenteel belangrijk zijn. Die waarden waren en zijn voor de meesten onder ons nog steeds cruciaal.

Populistische communicatiestrategen lijken te suggereren dat de hegemonie van dit soort waarheid en redelijkheid taant en dat wat 'officieel' als 'waar' en 'moreel verantwoord' geldt in de toekomst niet langer zal worden bepaald door mensen met cultureel kapitaal, maar door 'de man in de straat'. Ze geloven dat de tijd dat de meritocratische elite het voor het zeggen had, voorbij is en zien tekenen van een nieuwe tijd: de tolerantie ten aanzien van de schending van democratische beginselen in tal van democratische landen, het verwerpen van zaken waar wetenschappelijke consensus over bestaat (zoals de klimaatopwarming), de versterking van protectionistische en vreemdelingonvriendelijke politieke maatregelen e.d. Als die diagnose waar is, dan is *post-truth* een niet te onderschatten kantelpunt.

Het klopt dat een belangrijk deel van de bevolking in de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk zich van het officiële cultuur-correcte discours gedistantieerd heeft en alles wat haar vooringenomen overtuigingen in de onder-ons-sfeer bevestigt, voor waar aanneemt. De oorzaak daarvan is niet de polarisatie op zich, maar de emotionele dispositie die tot die polarisatie aanleiding heeft gegeven. Die dispositie lijkt te berusten op een gebrek aan officiële waardering en op het gebrek aan zelfvertrouwen dat daar een product van is. Sensatie- en marketing-gedreven media hebben die emotionele weerzin gevoed en de weerzin tegen de officiële cultuur-correcte ingesteldheid verdiept. De weerzin is emotioneel en kan om die reden niet met voorlichting worden gecorrigeerd. Iemand die gruwet van belerende redelijkheid kan je niet met educatieve programma's die aansporen tot meer redelijkheid op andere gedachten brengen. Integendeel.

Het probleem dat zich in de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk manifesteert en dat zich ook in andere landen voordoet ondermijnt de idealen waar westerse samenlevingen tot voor kort zo prat op gingen. Om dat probleem te counteren volstaat het niet de productie van nepnieuws op zich te bestrijden. Nepnieuws is zoals vuur in een door een gebrek aan regen uitgedroogd natuurgebied. Het basisprobleem van bosbranden wordt niet zozeer gevormd door het feit dat sommige mensen onvoorzichtig omgaan met vuur of moedwillig brand stichten. Het basisprobleem is dat alles wat verdroogd is zo gemakkelijk vlam vat. In dezelfde zin wordt het probleem van nepnieuws niet zozeer gevormd door de creatie van nepnieuws, maar door de grote ontvankelijkheid ervoor. Daarom moeten we ons de vraag stellen waarom nepnieuws zo gretig gelezen en massaal doorgegeven wordt. We moeten onderzoeken waarom een groeiend aantal mensen het voor zichzelf niet langer noodzakelijk vindt om zich kritisch, redelijk en onpartijdig op te stellen.

3. Wat faciliteert de verspreiding van desinformatie en nepnieuws in de digitale mediawereld?

Zoals vermeld in de inleiding van dit Standpunt zijn de fenomenen waar de termen 'desinformatie' en 'nepnieuws' naar verwijzen niet nieuw. Wel krijgen ze al een tijd veel meer dan voorheen aandacht in de media en in het publieke en politieke discours. Dit hangt samen met de snelle en dominant geworden onlineverspreiding van informatie via het internet. Vooral op websites van sociale netwerken en binnen socialemediaplatformen gedijt nepnieuws bijzonder goed. De verscheidenheid van betrokken actoren verklaart de complexiteit van dit fenomeen. Om een doordacht antwoord te kunnen bieden op de uitdagingen waarmee de brede en snelle verspreiding van online-desinformatie en nepnieuws een vrije democratische samenleving confronteert, is inzicht vereist in de logica en de faciliterende context van het huidige onlinecommunicatiesysteem. In wat volgt bespreken we achtereenvolgens de rol die de participatieve onlinecultuur, de onlinenieuwsmedia, de socialemediaplatformen en de nieuwsconsumenten spelen.

De participatieve onlinecultuur: een januskop?

Het internet heeft een context gecreëerd waarin het gevoel leeft dat iedereen alles kan publiceren, waar, wanneer en in de vorm die men zelf wil. Begrippen als 'burgerjournalistiek', 'user-generated content' en 'participatory culture' wijzen op de mogelijkheden van burgers om actief bij te dragen tot wat er online als 'nieuws' verschijnt. Via digitale applicaties kunnen zij deelnemen aan het nieuwsproductieproces, aan de verspreiding van nieuwsboodschappen en aan maatschappelijke discussies die online gevoerd worden. De gebruikers kunnen in het huidige medialandschap niet langer gezien worden als passieve, anonieme consumenten die alles slikken wat op hen afkomt.

Hoewel onderzoek uitwijst dat slechts een minderheid van de onlinegebruikers op geregelde basis eigen nieuws en informatie produceert (bv. Pew Research Center, 2010; Reuters Institute for the Study of Journalism, 2018), moeten we toch erkennen dat het internet tenminste gezorgd heeft voor het idee dat wanneer iemand iets kwijt wil, dit ook gezegd kan worden, op verschillende manieren: als reactie onder een nieuwsartikel, in een bericht op Facebook, via een vlog op een eigen Youtube-kanaal, een *tweet* en dergelijke... Niet alleen kunnen 'consumenten-gebruikers' zelf een boodschap lanceren, ze kunnen door de digitale mogelijkheden ook aan boodschappen en nieuwsberichten van politici, overheden, bedrijven en nieuwsmedia publiekelijk hun instemming verlenen ('*liken*'), ze delen met anderen, interpreteren, bekritisieren of reframen, bijvoorbeeld met een eigen blogtekst of door een kritische *tweet*. De mogelijkheid voor burgers om hun stem en opinie te laten horen bestond natuurlijk al in het pre-internettijdperk: denk aan lezersbrieven in kranten of studentenkrantjes waarin het beleid van politici op de korrel werd genomen. Maar de snelheid en de reikwijdte waarmee

internetgebruikers boodschappen de wereld in kunnen sturen, is van een andere orde en niet te vergelijken met 'vroeger'.

Mediaprofessor Henry Jenkins (2004; 2006) heeft het in deze context over een '*convergence culture*', een situatie waarbij het publiek – onder meer door de digitale mogelijkheden – meer dan ooit de mogelijkheid heeft om onderling en ook met mainstreamactoren, zoals bedrijven, politici en overheden, samen te werken bij de productie en verspreiding van nieuws en informatie. Er is dus op zijn minst sprake van een theoretische mogelijkheid tot convergentie tussen de macht van de mainstreamactoren en die van de consumenten. Deze twee groepen hadden in het pre-internettijdperk ook een relatie – producent/consument, verzender/ontvanger) – maar die werd niet gekenmerkt door een intense manier van samenwerking. Vandaag de dag houdt men als bedrijf, medium of politicus maar beter rekening met het publiek. Je kunt niet langer uitgaan van een top-downrelatie, maar moet het publiek ook bottom-up laten participeren aan een product, bedrijf of persoon. Jenkins verwijst er in dit kader naar dat de convergentie een versterking kan betekenen: politici die de mogelijkheid bieden aan hun kiespubliek om via Facebookpagina's of Twitter de conversatie aan te gaan, weten beter wat er leeft en kunnen hun beleid hierop afstemmen. Nieuwsmedia kunnen door het opzetten van een digitaal ooggetuigenplatform foto's en video's van toevallige aanwezigen krijgen, sneller dan hun concurrenten, en die gebruiken in hun verslaggeving. Bedrijven kunnen voor een nieuw product of een nieuw bedrijfslogo via sociale media een wedstrijd lanceren waarin klanten ideeën voorstellen. Zo creëren producenten een groter draagvlak dan wanneer dit top-down beslist wordt en komen ze misschien op ideeën waar ze zelf niet op zouden zijn gekomen.

Jenkins ziet ook de keerzijde van de medaille van deze *convergence culture*. Mainstreamactoren kunnen het samenspel met het publiek ook bemoeilijken, naar hun hand zetten of zelfs misbruiken. Denk aan het misbruik van en de omgang met persoonlijke data die onlinewebsites en platformen van hun gebruikers verzamelen, of aan het injecteren van onbetrouwbare berichten in de stroom online-informatie. Ook de burger speelt het spel niet altijd ethisch. Het gevaar voor misbruik hangt samen met de mogelijkheden die mainstreamactoren aan het publiek bieden om actief betrokken te worden en met hen samen te werken. Het *bashtaggen* van firma's of overheidsdiensten is een gekend fenomeen, waarbij een hashtag door bijvoorbeeld de Twitter-community gekaapt en ingezet wordt om kritiek te uiten of iets in het belachelijke te trekken. Zo lanceerde McDonald's de *hashtag* #McDStories, die twitteraars konden gebruiken om mooie herinneringen aan het merk de wereld in te sturen. Dit is een voorbeeld van *convergence culture*, waarbij de burger mee participeert in de verhaal (*storytelling*) van het bedrijf. De *hashtag* werd echter nagenoeg onmiddellijk door de Twitnergemeenschap gekaapt en gebruikt om negatieve verhalen over de fastfoodketen de wereld in te sturen (Hill, 2012). Antireclame voor McDonald's dus, opgestart door enkele

Twittergebruikers en mogelijk gemaakt door het samenspel van bedrijf en publiek op een open platform als Twitter. Waarbij niemand echt weet of de berichten een grap dan wel de waarheid zijn. Ook de *tone of voice* van de interacties online lijkt steeds ruwer te worden. Een onderzoek van Pew Research (2016) gaf aan dat de meeste socialemediagebruikers politieke interacties met andersdenkenden op die platformen stresserend en frustrerend vinden, grotendeels door het gebrek aan respect en de boosheid in het discours.

Ook het onderwerp van dit Standpunt – de verspreiding van onbetrouwbaar of foutief nieuws – kan als voorbeeld dienen van het misbruik van convergentie. Zo lanceerde het persbureau Belga in 2009 een platform waarop burgers nieuwsfeiten konden signaleren die Belga vervolgens aan geabonneerde media kon aanbieden. Een goed idee op papier, geheel conform de shift van passieve naar actieve nieuwsconsumenten en van de samenwerking tussen mainstreammedia en het publiek. Alleen was men vergeten een extra controle in te voeren, waardoor ene 'Jos Joskens' binnen de kortste keren de mogelijkheid zag om via het platform koningin Fabiola ten onrechte dood te verklaren, een bericht dat die nacht op verschillende nieuwssites in de rubriek 'Telex-nieuws' te lezen was (Theerlynck, 2009).

Kortom: het internet en de bijbehorende digitale en socialemediaplatformen hebben gezorgd voor een andere relatie tussen bedrijven, politieke partijen en nieuwsmedia aan de ene kant en burgers, nieuwsconsumenten en fans aan de andere kant. Het publiek wordt niet langer gezien als een anonieme, passieve en kritiekloze massa die alles slikt wat 'van bovenaf' opgelegd of uitgestuurd wordt. Een convergentie of samenwerking tussen deze voorheen afgescheiden actoren kan zorgen voor een betere verstandhouding, een betere dienstverlening en zelfs een beter product. We mogen tegelijk niet blind zijn voor de mogelijke problemen die deze convergentie met zich meebrengt: privacyproblemen, sabotage en nepnieuwsberichten zijn hiervan enkele voorbeelden.

De nieuwsmedia in het onlinetijdperk: de toegenomen aandacht voor deelbaar en sensationeel nieuws

Binnen de convergentiecultuur spelen nieuwsmedia een belangrijke rol. Het is al meermaals aangetoond dat mainstreammedia nog altijd voor een groot stuk verantwoordelijk zijn voor de nieuwsverspreiding en voor conversaties op online- en sociale media (Welbers & Opgenhaffen, 2018a). Het is dan ook niet onlogisch dat, wanneer men inzicht wil krijgen in nepnieuws, het van belang is om tevens over de werking en de functie van mainstreammedia te reflecteren. Daarbij moet men voor ogen houden dat nieuwsconsumenten nepnieuws op verschillende manieren definiëren en zelden een dichotome opdeling zien tussen 'echt' nieuws (feitennieuws) aan de ene kant en nepnieuws aan de andere kant (Nielsen & Graves, 2017). Er is met andere woorden een continuüm dat loopt van betrouwbaar

nieuws naar nepnieuws. Wil men als aanbieder van feitennieuws aan het publiek duidelijk maken dat zijn aanbod staat voor 'geloofwaardig en betrouwbaar nieuws', dan dient men ervoor te zorgen dat de gebruiker dit nieuws (meteen) kan onderscheiden van al het andere nieuws dat *niet* het statuut van betrouwbaarheid en geloofwaardigheid bezit. De producenten van nepnieuws beseffen dit natuurlijk ook en zorgen er daarom voor dat nepnieuws niet altijd meteen herkend of ontmaskerd wordt door de surfers op sites en socialemediaplatformen.

Wat verschijningsvorm en inhoud betreft, is het verschil tussen betrouwbaar en nepnieuws doorgaans minder groot dan men zou denken. Aanbieders van nepnieuws bouwen onlineblogs en nieuwssites die er min of meer hetzelfde uitzien als die van professionele, mainstream nieuwsmakers. Ook op sociale media is er vormelijk gezien weinig of geen verschil tussen betrouwbaar en nepnieuws. Zodra nieuws op Facebook verschijnt, wordt het in een op vastgelegd Facebookformaat gegoten: een headline met daaronder een foto en met eventueel nog met enkele zinnen uit de *lead* daarbij. De vorm van een nepbericht van de hoaxwebsite *De Nieuwe Standaard* op je tijdslijn is niet anders dan die van een professioneel journalistiek artikel dat de socialmedia-editor van pakweg *De Standaard* of *The New York Times* op Facebook plaatst. Hetzelfde zien we met nieuws dat op Twitter en Instagram verschijnt: een *tweet* met daarin een link naar een nepnieuwsartikel op een pulpwebsite ziet er vormelijk hetzelfde uit als een *tweet* met een link naar de website van *VRT NWS* of *The Guardian*.

Als nepnieuws qua vorm niet meteen te onderscheiden valt van feitennieuws, dan zou dit wel het geval moeten zijn qua inhoud, maar daar rijst een ander probleem. Nieuwsmedia beginnen strategieën te gebruiken die op het eerste gezicht vooral weggelegd zijn voor nepnieuwsberichten of pulpnieuws. Denk aan het gebruik van *clickbait*(achtige) titels (Kuiken e.a., 2017) of aan emotionele, subjectieve status-updates boven het artikel (Welbers & Opgenhaffen, 2018b), in een poging om zoveel mogelijk mensen ervan te overtuigen om een artikel aan te klikken en 'betrokkenheid' te tonen in de vorm van *likes*, *shares* en *comments*. Niet onlogisch, omdat betrokkenheid bij sociale media zorgt voor naambekendheid, bereik en uiteindelijke extra (advertentie-)inkomsten. Anders gezegd: hoe meer er geklikt, gedeeld en geliket wordt, hoe meer het artikel opbrengt. In tijden van gratis onlinenieuws en onder druk staande verdienmodellen is dat niet onbelangrijk.

Ook wat de keuze van een onderwerp betreft, zien we in het verlengde van het voorgaande verschuivingen. Zo toont onderzoek aan dat klassieke media op Facebook meer en meer inzetten op nieuwswaarden als deelbaarheid en viraliteit, en dat er dus niet alleen met de nieuwsrelevantie rekening wordt gehouden, maar ook met de deelbaarheid van een nieuwsbericht (Trilling e.a., 2017). Bij *shareability* als nieuwswaarde (Harcup & O'Neill, 2017) gaat het om de vaststelling dat men bij nieuwsmedia meer en meer rekening houdt met de verwachte kans van een artikel om op sociale media veel betrokkenheid te genereren en viraal te

gaan. Het gaat dan om berichten die bizar of verrassend, uitgesproken negatief of positief of ontspannend zijn of die – zoals Al-Rawi (2017) het noemt – een *awe-factor* hebben: ze doen de lezers/kijkers min or meer perplex staan. Onnodig te zeggen dat dit soort berichten vaak over hetzelfde soort onderwerpen gaat als nep- of pulpnieuws. Denk aan het type 'Hond Gizmo overleeft drie dagen in droogtrommel', 'In dit kasteel zou een echt spook ronddwalen', 'Een ongelooflijk toeval redde deze tiener van de dood' en dergelijke. Het gaat er niet in de eerste plaats meer om of deze berichten al dan niet waar zijn – ze zijn in veel gevallen niet of moeilijk te controleren – wel of deze socialemediaberichten (*posts*) veel aangeklikt worden, veel betrokkenheid creëren en dus goed zijn voor het verdienmodel van nieuwsmedia. Deze tendens dreigt ervoor te zorgen dat sociale media als vergaarbak van vooral oppervlakkig nieuws worden gezien en dat het onderscheid tussen klassieke nieuwsmedia en nepnieuwsaccounts niet langer duidelijk is voor de snel scannende en scrollende surfer en socialemediagebruiker.

Het is daarom niet verrassend dat recent onderzoek tot de bevinding komt dat nieuws op socialemediaplatformen als veel minder betrouwbaar wordt ingeschat dan de meer klassieke nieuwsberichten (Pew Research Center, 2017). Er dreigt met andere woorden een soort van contaminatie-effect binnen sociale media, waarbij het negatieve imago van 'oppervlakkig en onbetrouwbaar nieuws' afstraalt op de andere vormen van journalistiek en de mate van betrouwbaarheid van artikelen op sociale media niet afgemeten wordt op basis van de specifieke waarde of kenmerken van dat ene bericht, maar vooral beïnvloed wordt door de perceptie van het platform waarop het artikel verschijnt. De hoop dat nieuwsconsumenten – bij de afweging om al dan niet op een artikel op Facebook te klikken – rekening zouden houden met de bron van het bericht (door bijvoorbeeld te kijken naar de auteur en publicatiedatum) blijkt voorsnog niet gegrond. Onderzoek in het kader van *The Media Insights Project* (2017) bijvoorbeeld toonde aan dat de reputatie van wie een nieuwsbericht op Facebook geplaatst of doorgestuurd had, veel meer impact heeft op de geloofwaardigheid van het nieuwsbericht dan de reputatie van het nieuwsmedium waarop het bericht gepubliceerd staat. Dit is zeker een aandachtspunt om gebruikers te wapenen tegen desinformatie.

Een andere rol die mainstreammedia in deze context spelen is die van megafoon voor nepnieuws. Er lijkt een grote aandacht te zijn van nieuwsmedia voor alles wat met controversieel en nepnieuws te maken heeft. Ook dat is niet onlogisch: het kan erg nuttig zijn dat nieuwsmedia nepnieuwsberichten identificeren en ontmaskeren, en dat ze hierover verslag uitbrengen om het publiek op de hoogte te brengen en zo mediawijzer te maken. Maar soms kunnen we spreken van overdreven aandacht voor nepnieuws, waarbij zelfs gevreesd kan worden dat de berichtgeving over nepnieuws dat soort nieuws zelf populairder maakt of minstens een grotere visibiliteit geeft. Onderzoek heeft aangetoond dat het ontmaskeren of *factchecken* van foutieve nieuwsberichten een minimale impact heeft op de overtuigingen van het publiek en dat het foutieve nieuws ondanks de rechtzetting

nog altijd vaak (en vaak zelfs meer) gedeeld en geloofd wordt (Shin, Driscoll & Bar, 2016; Thorson, 2016). Journalistieke correcties kunnen zelfs zorgen voor een zogenaamd *backfire*-effect, waardoor de aanhangers van het foutieve nieuws door de *factchecking* nog meer overtuigd raken van hun overtuiging (Nyhan & Reifler, 2010). Hetzelfde zien we bij de berichtgeving over Trump, wiens soms 'gekke' *tweets* met onjuiste informatie of populistische aanvallen op de mainstreammedia (MSM) veel aandacht krijgen. Uiteraard is het vooral de bedoeling om met de berichtgeving de absurditeit van de betrokken *tweets* of uitspraken aan te geven, maar de grote belangstelling voor zijn *tweets* speelt in de kaart van Trump (Wells e.a., 2016).

Onderzoek in het Nederlandse taalgebied toont aan dat mainstreammedia sociale media meer en meer als bron gebruiken en dat bijvoorbeeld *tweets* van politici niet alleen als illustratie maar ook als aanleiding voor een artikel fungeren (Broersma & Graham, 2012; Paulussen & Harder, 2014). Een politicus *tweet* iets en dat bericht is de 'trigger' om er een artikel aan te wijden. Dat is niet onlogisch omdat politici meer en meer via sociale media communiceren in plaats van persconferenties te organiseren. Maar ook omdat het *embedden* van een *tweet* of Facebookbericht in een onlinebericht nu eenmaal erg eenvoudig is, snel gaat en minder tijd vraagt dan wanneer je als journalist een persconferentie moet bijwonen of zelf moet beginnen te graven en rond te bellen op zoek naar straffe quotes. Broersma en Graham (2012) verwijzen in deze context naar een situatie waarin politici en andere elitebronnen pr-technieken aanleren om de kans te vergroten dat nieuwsmedia hun *tweets* oppikken. De *tweets* worden zo geformuleerd dat ze spontaan overkomen, maar dienen in werkelijkheid om tot nieuwsfeit gebombardeerd te worden in een krant of in het journaal. Zo krijgt het bericht meteen een vorm van geloofwaardigheid, aangezien het als bron genomen wordt door een gezaghebbend nieuwsmedium.

Door *tweets* als trigger voor een nieuwsverhaal te beschouwen en ze vaak zonder verdere *doublecheck* over te nemen, dreigt nieuws niet langer het resultaat te zijn van overleg en research, maar eerder van een eenrichtingscommunicatie, uitgestuurd door een elitebron die een bepaalde boodschap in een bepaald frame in de krant of op tv wil krijgen. Politici plaatsen daarom uitgekende, vaak erg opiniërende tot zelfs controversiële berichten op Twitter en Facebook, in de hoop dat ze opgepikt worden door nieuwsmedia en ze op die manier voor een stuk de nieuwsagenda van die dag of week kunnen bepalen. Net zoals woordvoerders van bedrijven ook weten wat ze hoe in een persbericht of *tweet* moeten zetten om de media te halen.

Dit wil niet zeggen dat de *tweets* van politici per definitie geen nieuwswaarde hebben en onbelangrijk zijn. Wanneer de Amerikaanse president ons via zijn smartphone laat weten wat hij denkt, doet en van plan is, is dat vaak relevant, hoe 'gek' zijn *tweets* soms ook mogen zijn. Misschien net daarom. Het is goed voor

ogen te houden dat deze *tweets* en Facebookberichten vaak een onderdeel zijn van een hybride communicatiestrategie, waarbij sociale media gebruikt worden als aanvulling op meer klassieke vormen van communicatie, zoals een interview voor een krant, een speech op een partijcongres of een persbericht, met dit verschil dat het vaak om erg korte berichten gaat, losse flodders met een ongenueanceerde en controversiële inhoud. Zoals het niet opportuun lijkt de *tweets* van Trump per definitie als oppervlakkig te beschouwen, hecht men er het best ook niet te veel waarde aan en neemt men ze het best niet kritiekloos over. Mogelijk heeft president Trump een heel goede neus voor de wijze waarop boodschappen op internet functioneren en is het precies zijn bedoeling de aandacht te trekken door de vorm, inhoud en timing van die boodschappen. Het gemak om *tweets* snel in te voegen op een nieuwssite of in ze een dagelijkse rubriek in de krant op te lijsten, hoeft een kritische reflectie op de inhoud en op de nieuwswaarde ervan niet in de weg te staan, gegeven dat de gebruiker daartegen gewapend is.⁴⁴ Dat geldt uiteraard niet alleen voor de *tweets* van Trump, maar ook van bijvoorbeeld Belgische politici en opiniemakers.

Socialemediaplatformen: algoritmen bevoordelen de verspreiding van oppervlakkig nieuws

Zo komen we bij een derde kwestie die verklaart waarom nepnieuws een complex gegeven is: de rol van socialemediaplatformen. Eind 2017 moesten Facebook, Twitter en Google voor het Amerikaans Congres uitleg geven over hun rol in de beïnvloeding van de presidentsverkiezingen door (vooral) Russische nepnieuwsaccounts. De hoofdvraag was of ze als platform wel voldoende ondernemen om dit soort van beïnvloeding via nepnieuws tegen te gaan. Momenteel lijken de drie bedrijven bereid om mee te denken aan ingrepen om de invloed van nepnieuws te verminderen. Een topvrouw van Facebook gaf begin 2018 in Brussel toe dat Facebook meer had kunnen doen om nepnieuws tegen te gaan (Verheyden, 2018): dat was een nieuw geluid. Facebook heeft zich (vaak bij monde van CEO Mark Zuckerberg) immers lange tijd verstoep achter het excuus dat het geen medium is dat zelf nieuws maakt, maar louter een technisch platform dat nieuwsverspreiding mogelijk maakt. Bijgevolg zou Facebook niet verantwoordelijk zijn voor het soort informatie dat op het platform verschijnt. Dit klopt natuurlijk niet: Facebook transporteert niet alleen het nieuws van zender naar ontvanger, het platform geeft het bericht ook mee vorm en inhoud. Dat doet het vooral aan de hand van het algoritme dat het nieuws selecteert en signaleert. De vrienden, kennissen en nieuwsaccounts die een Facebookgebruiker volgt, plaatsen elke dag samen misschien enkele honderden berichten. Te veel om allemaal te lezen. Facebook gebruikt daarom het algoritme om het relevante nieuws voor de gebruiker te selecteren, zodat die een behapbare tijdlijn krijgt met informatie die er volgens dat algoritme voor de gebruiker toe doet.

⁴⁴ Hiermee raken we aan het concept 'empowerment' dat in het slothoofdstuk ter sprake komt.

Het algoritme selecteert het nieuws niet alleen op basis van eerder klikgedrag, maar ook op grond van de interesse van de deelpopulatie waartoe iemand behoort op basis van gemeenschappelijke kenmerken, en van de recentheid van het nieuws. Het platform bepaalt dus op basis van enkele parameters welke boodschappen een gebruiker te zien krijgt en als een bericht met nepnieuws aan deze criteria beantwoordt, maakt het kans om in zijn tijdlijn te verschijnen. Het signaleren van nieuws werkt nog net iets anders. Dit kan men goed zien bij Twitter, dat het systeem van *trending topics* gebruikt.⁴⁵ Die leiden de gebruiker naar *tweets* die zijn gestuurd door profielen of accounts die niet per se tot zijn eigen netwerk behoren en die hij daardoor mogelijk aan het missen is, maar die wel populair zijn binnen de Twittercommunity. Net zoals Facebook is Twitter niet erg transparant over het wat en hoe van het algoritme dat hiervoor zorgt, maar nu en dan krijgt de bewuste gebruiker onrechtstreeks toch wat inzicht in de werking van het algoritme. Zo beargumenteren Poell en Van Dijck (2014) dat het Twitteralgoritme bij de identificatie van *trending topics* gebruik maakt van de snelheid waarmee onderwerpen *getweet* worden, niet van de totale hoeveelheid *tweets* over een langere periode. Trefwoorden en *hashtags* waarbij het volume een piek vertoont hebben meer kans *trending* te worden dan onderwerpen die misschien vaak *getweet* worden maar geen duidelijke piek vertonen. Een misschien karikaturaal voorbeeld: wanneer Hillary Clinton flauwvalt na een verkiezingstoespraak en plots tienduizend mensen hierover *tweets* sturen, worden de *hashtags* #hillaryfaint en #sickhillary *trending*. *Tweets* over de inhoud van haar programma, die misschien in de honderdduizenden lopen maar gedurende een lange tijd op Twitter verschijnen zonder scherpe piek, worden niet als *trending* gezien.

Onnodig te zeggen dat deze logica in het voordeel is van nepnieuws en nadelig is voor meer complex en genuanceerd nieuws dat meer bewuste gebruikers een langere periode bezig houdt. Nepnieuwsberichten zijn meestal opvallend en verrassend, en gaan vaak over items die verzonnen zijn en waar nog niet (in die mate) over werd bericht. Wanneer een nepnieuwsbericht melding maakt van een schietpartij in een katholieke kerk, veroorzaakt dat door de vele *retweets* op Twitter en *shares* op Facebook een piek in de berichtgeving over dat onderwerp, aangezien er de weken ervoor weinig of nooit bericht werd over een schietpartij in een kerk. Dit soort berichten komt vlugger onder de aandacht van de algoritmen, die het dan ook als *trending* beoordelen. Nieuwsberichten over de heropleving van de economie of de problemen met de betaalbaarheid van de vergrijzing leveren niet alleen minder betrokkenheid op, maar worden door de algoritmen ook minder herkend als *trending topic*. Ze veroorzaken geen piek in het aantal berichten over dit onderwerp, tenzij er iets spectaculairs rond gebeurt.

⁴⁵ Tot voor kort werkte Facebook in de Verenigde Staten met een soortgelijk *trending topics*-systeem.

Nieuwsgebruikers spelen in de kaart van nepnieuws

Socialemediaplatformen en nieuwsmedia maken het de nieuwsconsument alles samen niet bijzonder gemakkelijk om te ontkomen aan nepnieuws of om nepnieuws te herkennen. Maar ook de nieuwsgebruiker zelf zorgt mee voor het succes van nepnieuws. Cijfers tonen aan dat spectaculaire berichten en nepnieuwsberichten vaak aangeklikt, gedeeld en becommentarieerd worden. Een grootschalig onderzoek in *Science* gaf aan dat *tweets* met nep- of foutief nieuws veel meer bereik genereerden dan *tweets* met correcte informatie (Vosoughi, Roy & Aral, 2018). Een studie naar de berichtgeving over het zika-virus op sociale media bracht aan het licht dat *tweets* met geruchten tot driemaal meer bereik genereerden dan geverifieerde verhalen. De valse *tweets* deden zika af als een onbelangrijke ziekte of linkten de aandoening onterecht aan het gebruik van pesticiden (Sommariva, 2018). Dit soort verhalen past in het denkbeeld van een grote groep mensen, waardoor ze heel wat *likes*, *shares* en *retweets* opleveren. In deze context spreekt men van een zogenaamde *confirmation bias*: het zoeken naar en interpreteren van informatie die in de lijn ligt van een bestaande overtuiging, verwachting of hypothese (zie onder meer Nickerson, 1998). Als je mensen de vrijheid geeft om nieuws te selecteren, zouden ze vooral die berichten selecteren die hen bevestigen in hun maatschappelijke en politieke overtuiging. Dit zou dan kunnen leiden tot de gevreesde nieuwsbubbels, waarin de nieuwsconsumenten op sociale media ingesloten zouden zitten en waardoor ze slechts een beperkt beeld op de wereld en de verschillende opinies zouden krijgen.

Eerder hadden we het over de rol van de algoritmen bij de selectie en het signaleren van het nieuws. Naast deze algoritmische, automatische filtering zou er door het surfgedrag van de gebruikers online en op sociale media dus ook een 'manuele' filtering plaatsvinden: door de selectie van nieuwsaccounts die ze besluiten te volgen, bij de afweging om al dan niet op een artikel te klikken, een post te liken enz. Onderzoek van MIT toont aan dat aanhangers van Trump in redelijk afgesloten Twittersnetwerken over politiek praatten, weinig of geen connecties hadden met aanhangers van Clinton en weinig of geen mainstream media-accounts volgden (Thompson, 2016). Het is hierbij wel belangrijk te vermelden dat recent onderzoek de idee van extreem afgescheiden filterbubbels ook nuanceert (bv. Flaxman, Goel & Rao, 2016; Zuiderveen Borgesius, 2016) en aantoonde dat nieuwsgebruikers via sociale media in sommige gevallen net een diverser nieuwsmenu te zien krijgen (bv. Fletcher & Nielsen, 2018).

De relatie tussen sociale media, nepnieuws en publiek is nog een relatief jonge onderzoeksdiscipline. Het vergt nog wat tijd tot sommige bevindingen voldoende stabiel en betrouwbaar zullen zijn. En er is nog heel wat onderzoek nodig om de invloed van verschillende soorten nepnieuws op relevante doelgroepen in kaart te brengen en te begrijpen of verklaren. We denken dan in de eerste plaats aan mediagebruikers in Vlaanderen, aangezien hun gedrag nogal verschilt van bijvoorbeeld Amerikaanse gebruikers, over wie al meer onderzoek voorhanden is.

4. Zijn desinformatie en nepnieuws een bedreiging voor het functioneren van de democratie?

Over waarheidsgetrouwe feitenkennis en democratie

Nepnieuws en desinformatie zijn een probleem voor democratieën, omdat zowel burgers als politici steunen op feitelijke informatie en op kennis als basis voor hun politieke beslissingen (Berelson, Lazarsfeld & McPhee, 1954). Zoals we al bespraken (zie hoofdstuk 3), zijn feiten alleen niet voldoende als basis voor een democratie, maar ze zijn wel een cruciaal onderdeel. Feiten zijn, zoals de Amerikaanse onderzoekers Delli Carpini en Keeter (1996: 8, 11) stellen, *'the currency of citizenship'*: ze zorgen ervoor dat debatten niet los komen te staan van de 'echte wereld' waarin ze plaatsvinden. Politici hebben feitelijke informatie nodig om te kunnen oordelen hoe ernstig een probleem is en welke oplossingen het meest geschikt zijn om het probleem aan te pakken. Burgers hebben feitelijke informatie nodig om te kunnen beoordelen waar een partij voor staat en te kunnen inschatten of bijvoorbeeld de werkloosheid of criminaliteit stijgt of daalt.

Veelal wordt er gekeken naar de traditionele media om deze belangrijke taak te vervullen. De jongste jaren groeit echter de bezorgdheid dat de nieuwsmedia steeds minder in staat zijn om deze rol te vervullen. In het verleden waren onderzoekers in de eerste plaats bezorgd dat mensen te weinig (kwaliteitsvol) nieuws consumeerden, met te veel 'niet-geïnformeerde' burgers als gevolg. Door de digitale revolutie is de keuzevrijheid van consumenten verder toegenomen, waardoor mensen steeds gemakkelijker (politiek) nieuws kunnen mijden en op zoek gaan naar 'alternatieve' informatiebronnen (Van Aelst e.a., 2017). Meer recent is er met name in de Verenigde Staten toenemende bezorgdheid over foutieve informatie die bewust om politieke redenen wordt verspreid en leidt tot meer 'verkeerd-geïnformeerde' burgers (Kuklinski, Quirk, Jerit, Schwieder & Rich, 2000; Mohammad, 2012; Fowler & Margolis, 2013). Zowel niet-geïnformeerde (*uninformed*) als verkeerd-geïnformeerde (*misinformed*) burgers vormen een probleem, omdat zij potentieel de democratie kunnen verzwakken: deze burgers vervullen hun rol als kiezer die vertegenwoordigers selecteert en controleert minder goed.

Het huidige debat over nepnieuws en het belang van feiten en kennis past in dit kader, maar bestaat al langer. In de ontstaansgeschiedenis van het democratische bestel spelen waarheidsgetrouwe feiten en argumenten een centrale rol (Witte, 2017). De concepten van dat bestel krijgen vanaf het einde van de 18de eeuw hun invulling, die ingebed ligt in het Verlichtingsdenken. Later wordt 'de rede' zelfs een sleutelbegrip in het denken over de democratie: ze is de soevereine macht in een wereld beheerst door het objectieve weten (Rosanvallon, 2000). Het participerende individu kan dankzij de rede onderscheiden wat het persoonlijke en algemene belang is, juiste oordelen vellen en op die wijze een harmonieuze samenleving tot

stand brengen waarin verschillende belangen samenkomen. Het politieke beleid komt dus door redelijk argumenteren en debatteren tot stand. Bezit en civisme zijn in dit 19de-eeuwse denken onlosmakelijk met elkaar verbonden, al kan redelijkheid ook aangeleerd worden door onderwijs en wetenschap. Wetenschap en kennis brengen de burger op het spoor van de 'juiste' politieke oordelen. Politiek is bijgevolg een zaak van diegenen die bekwaam zijn de waarheid te herkennen. Verkiezingen vormen het procedé om de rede in de samenleving te ontdekken en te selecteren. Verkozen parlementsleden kunnen vervolgens vrijelijk de wil van het volk interpreteren, zonder dat volk al te veel te consulteren. Later zal de macht van het parlement afnemen en verschuiven naar partijen en drukkingsgroepen, maar dialoog op basis van redelijke argumenten blijft onze pacificatiedemocratie beheersen. De afname van de macht van het parlement, een passievere kiezersaanhang, machtsconcentratie bij de elites en dus ook een dalende invloed van dialoog en debat is er wel het gevolg van. Eind jaren 1960 ontstaat er een roep om meer zelfbeschikking en inspraak, die samenvalt met de verbreiding van wetenschappelijke inzichten en met tendensen richting secularisering. Mensen gaan meer en meer handelen volgens inzicht, kennis en beheersbaarheid. De uitbreiding van de democratie wordt in alle sferen van de maatschappij gevraagd, maar de dialoog binnen de parlementaire democratie, met haar sterke partijen en geïnstitutionaliseerde overlegstelsel, blijft dé weg om deze doelstellingen te bereiken.

Vanaf de jaren 1980 ontstaan er populistische tegenkrachten, waarbinnen antipositivisme en ethnocentrisme zich ontwikkelen, maar ook bewegingen waarin de beter opgeleide 'nieuwe burgers' meer macht opeisen, meer directe democratie vragen en zich afkeren van de oude ideologische tegenstellingen en vormen van vastgeroeste politisering. Vlottende, onafhankelijke kiezers krijgen meer te zeggen en de roep om participatieve democratie wordt groter. En dus ook de vraag naar de aanpassing van de dialoog, het overleg en de besluitvorming aan die nieuwe realiteit. Het zijn wijzigingen die politici meer afhankelijk maken van de media.

Die media functioneren echter in een spagaat tussen de dominantie van commerciële belangen en hun traditionele functie in de publieke sfeer. Journalisten bepalen meer dan vroeger los van politieke druk de inhoud van hun berichtgeving, maar ze ondervinden meer druk van wat de nieuwsconsument wil en van de toegenomen snelheid van de nieuwsverspreiding. Vooral dat laatste is niet altijd bevorderlijk voor de verspreiding van informatie of de organisatie van het publieke debat. Dat probleem is het jongste decennium toegenomen door de opkomst van sociale media, die overstelpt worden door feiten en tegenfeiten, met het bijbehorende probleem van onbetrouwbare bronnen en dus van een mogelijke misleiding van de kiezers. *Fact free reasoning*, zonder zorgvuldige bewijsgronden, controle, selectie en feitelijke precisie, ondermijnt de politieke kennis en de redelijke dialoog die noodzakelijk zijn voor het overleg. In dit denken over de plaats van ware feiten in de democratie, gebaseerd op het weliswaar geamendeerde maar toch aloude Verlichtingsdenken, is nepnieuws dus inderdaad een stoorzender.

Politieke filosofen, politicologen en politieke historici hebben ondertussen al voldoende kanttekeningen bij dit denken geplaatst. Zo wezen ze erop dat machthebbers van alle tijden gepoogd hebben waarheden die voor hen onwelgevallig en dysfunctioneel zijn te ontkennen of te verdraaien. In politieke onderhandelingen worden onwaarheden en leugens niet zelden instrumenteel gehanteerd. Vooral Hannah Arendt (1972) heeft erop gewezen dat voor de democratie, die leeft van debat en conflict, een absolute waarheidsaanspraak in het politieke domein bijzonder gevaarlijk kan zijn en tot totalitarisme kan leiden. De waarheid behoeft dus bescherming, maar niet de absolute waarheid. Mening en oordelen kunnen volgens Arendt verschillen, maar onder die meningen en oordelen moeten onomstotelijke, waarheidsgetrouwe feiten liggen die het overleg mogelijk maken. In het laatste kwart van de 20ste eeuw waren postmodernisten heel populair in de vermelde wetenschappen. Zij ontmaskeren de waarheid als een culturele constructie en een machtsaanspraak (zie hoofdstuk 2). Maar ondanks de doorbraak van de visie dat de waarheid heel betrekkelijk is, blijven dialoog, oordelen en discoursen centrale gegevens in het denken over de democratie, die stuk voor stuk nauw verbonden zijn met de nood aan verifieerbare, ware feiten. Dat is uiteraard het geval bij wetenschappers die aansluiten bij de traditie van het rationele denken over de democratie en voor wie auteurs als Weber, Parsons en Habermas leidinggevend zijn geweest. Dat Jürgen Habermas op dit terrein de jongste decennia een essentiële rol heeft gespeeld, is bekend (Müller-Doohm, 2016). Bij hem gaat het in de democratie om een door de rede beheerste mogelijkheid om via de weg van het betere argument tot een transparant besluit te komen, dat in het voordeel en belang is van eenieder. Communicatieve actie staat daarbij centraal. De werkelijkheid kan maar ontsloten worden door kennis, inzicht en debat.

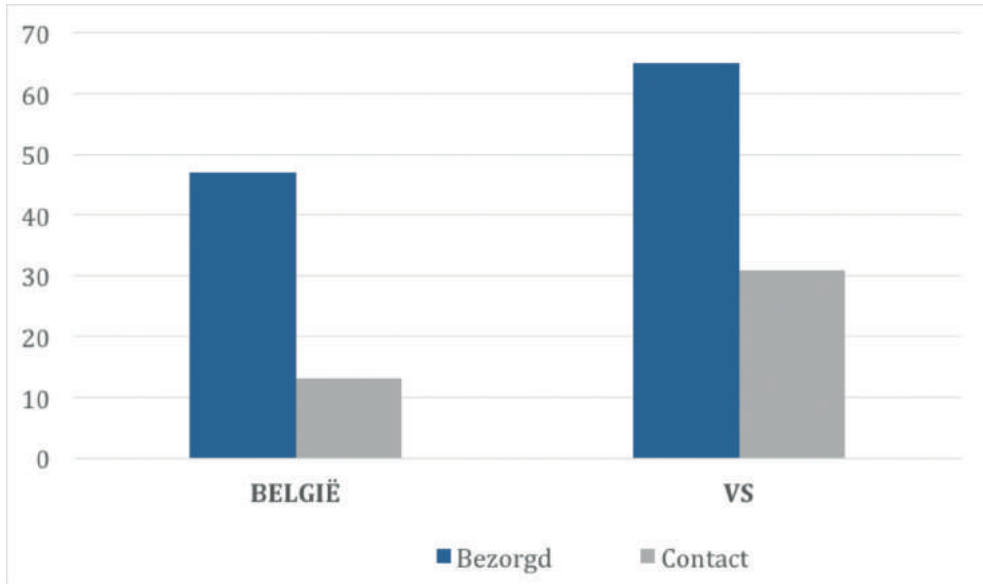
Het denken over de samenhang tussen rationaliteit en politiek is dus nog springlevend. Gezagvolle filosofen als Habermas blijven hun bijdrage leveren om kennis en waarheidsaanspraken in het democratische proces te doen blijven aanvaarden als hoofdrolspelers. Ook de aanhangers van dit denken onder intellectuelen, wetenschappers, journalisten en politici blijven talrijk én dominant. De strijd tegen nepnieuws en desinformatie als storende factoren gaat hen ter harte. In de praktijk doet het probleem van misinformatie zich in erg uiteenlopende gradaties voor in westerse democratieën. In een land als de Verenigde Staten nam het probleem het jongste decennium sterk toe, terwijl in België de situatie (voorlopig) heel wat minder problematisch oogt. Daarvoor zijn meerdere factoren verantwoordelijk, die niet alleen te maken hebben met het verschillende medialandschap in beide landen, maar ook met structurele politieke factoren. Zo is de jongste jaren de polarisering in de Verenigde Staten enorm toegenomen. Voor we deze oorzaken verder toelichten, gaan we wat dieper in op de diverse aanwezigheid van desinformatie en nepnieuws in verschillende landen.

Nepnieuws in comparatief perspectief

Studies waarin de aanwezigheid en verspreiding van nepnieuws en desinformatie werden onderzocht blijven voorlopig schaars. Een uitzondering is de studie van Humprecht (2017), die in 2016-2017 op basis van het werk van *Factcheckers* de oorsprong en inhoud van nepnieuwsverhalen in vier landen onderzocht. De auteur kwam tot twee opvallende vaststellingen: nepnieuwsverhalen komen minder vaak voor in Duitsland en Oostenrijk dan in de Verenigde Staten en Groot-Brittannië, en in de Angelsaksische landen gaat nepnieuws vooral over politici en de regering. Deze actoren worden gelinkt aan schandalen en wanbeleid. In de Europese landen viseerden nepberichten veeleer asielzoekers en immigranten, door hen te linken aan fraude en criminaliteit. Deze valse berichten ontstonden vaak als geruchten van anonieme bronnen, terwijl in de Verenigde Staten en Groot-Brittannië valse berichten vaak vertrekken van partijdige (media)organisaties of van externe mogendheden afkomstig zijn, zoals aan Rusland gelieerde organisaties.

Zeer recent verscheen een studie van het gerenommeerde Reuters Institute for the Study of Journalism (Newman e.a., 2018). In hun *Digital News Report* van 2018 wordt dieper ingegaan op nepnieuws en de ruimere problematiek van nieuwsvervuiling. Reuters bevraging van de bevolking in veertig landen gaat na in welke mate burgers in contact komen met vormen van misinformatie. Daaruit blijkt vooreerst dat nepnieuws niet het grootste probleem is, maar dat burgers over de hele wereld naar eigen zeggen vaker in contact komen met 'slechte journalistiek', 'verhalen waarin de feiten worden verdraaid voor politieke doeleinden' en 'misleidende titels', zogenaamde *clickbait*. Wereldwijd geeft ongeveer één op de vier burgers aan dat ze de week voordien een nepnieuwsbericht tegenkwamen. Dat aantal schommelt echter sterk tussen landen. België bevindt zich met 13% achteraan in het peloton, in het gezelschap van andere West-Europese landen als Duitsland, Nederland, Denemarken en Zwitserland (Picone & Vandenplas, 2018). De Verenigde Staten scoort met 31% heel wat hoger (zie figuur 1) en in landen als Hongarije, Turkije, Mexico en Griekenland is de situatie nog problematischer. Daar geven meer dan vier op de tien respondenten aan recent met nepnieuws in contact te zijn gekomen. Allicht niet toevallig zijn dit landen waar de democratie de jongste jaren onder druk staat of waar de polarisatie tussen politieke groeperingen sterk is toegenomen.

De VUB-onderzoekers Picone & Vandenplas (2018) geven duiding bij de antwoorden van de Vlaamse respondenten. Zij stellen een opvallend verschil vast tussen de *bezorgdheid* voor verzonden verhalen (48%) en het aantal mensen dat er *effectief* mee in aanraking komt (13%). Dit wijst erop dat heel wat Vlamingen bezorgd zijn voor het fenomeen, vermoedelijk op basis van verhalen uit andere landen (brexit, Trump), maar dat ze er zelf veel minder mee in aanraking komen. In de Verenigde Staten is de ongerustheid nog groter en geeft meer dan 60% van de respondenten aan dat ze bezorgd zijn voor het fenomeen van het nepnieuws (zie opnieuw figuur 1).



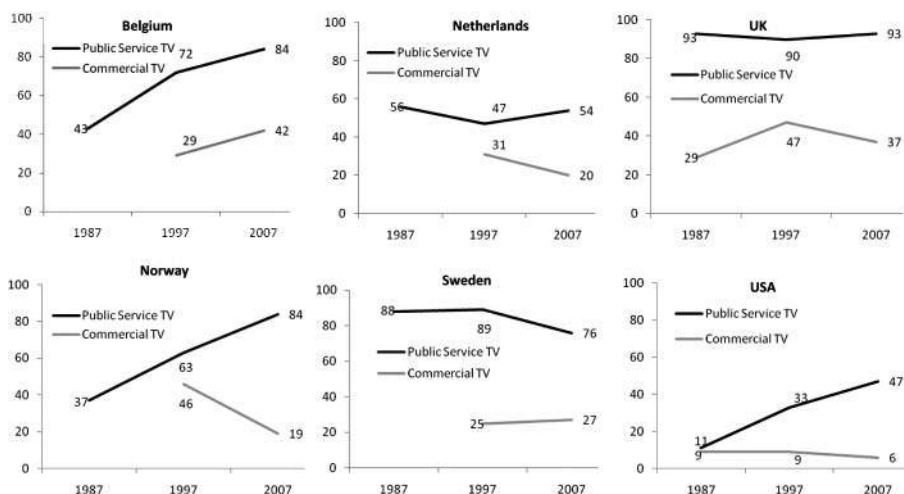
Figuur 1. Percentage ondervraagden in België en de Verenigde Staten dat stelt bezorgd te zijn voor verzonden nieuwsverhalen. Percentage dat de afgelopen week met nepnieuws in contact is gekomen (*Digital News Report*, Reuters Institute, 2018)

De voedingsbodem voor nepnieuws en desinformatie vergeleken

Het lijkt er sterk op dat nepnieuws en desinformatie in verschillende mate voorkomen in verschillende landen. Vooralsnog is er weinig comparatief onderzoek dat deze verschillen kan verklaren. Met enige voorzichtigheid suggereren we de volgende mogelijke verklaringen. Het gaat met name om: (1) de verschillende nieuwsconsumptie en het bijbehorende vertrouwen in de media; (2) de toenemende politieke polarisering en (3) een aantal andere redenen, zoals de grootte van ons taalgebied en het gedrag van politici. We focussen bij de bespreking van deze factoren op de verschillen tussen België en de Verenigde Staten. Samengevat is het argument dat Belgen (in vergelijking met inwoners in de Verenigde Staten) relatief weinig in contact komen met nepnieuws omdat mensen hier nog massaal klassieke nieuwsmedia gebruiken en die ook vertrouwen, omdat ze leven in een klein politiek landschap met een brede waaier aan partijen, met relatief weinig polarisering en waar politici zich veelal houden aan de feiten. Het begrijpen van de voedingsbodem van desinformatie betekent dat we rekening houden met zowel de aanbodzijde (wat verspreiden media, politici?) als de vraagzijde (hoe bereid zijn mensen om valse informatie te aanvaarden en verder te verspreiden?).

Nieuwsconsumptie en vertrouwen in traditionele media

Een belangrijke voorwaarde voor een goede informatieoverdracht en voldoende politieke kennis is de aanwezigheid van een goed uitgebouwd medialandschap, met een 'gezonde' en vrije pers en met bij voorkeur een sterke publieke zender. Aalberg, Van Aalst & Curran (2010) toonden eerder aan dat burgers in de Verenigde Staten minder politieke kennis hebben en dat dit samenhangt met een lagere nieuwsconsumptie. Uit een vergelijkende analyse blijkt verder dat klassieke media in de Verenigde Staten ook minder nieuws aanbieden. Met name in primetime reiken de commerciële televisiestations in de Verenigde Staten weinig nieuws en duiding aan in vergelijking met landen als België, Nederland en de Scandinavische landen (zie figuur 2). De publieke omroep in de Verenigde Staten heeft een heel rijk aanbod, maar bereikt amper kijkers (Newman e.a., 2018). Heel wat Amerikaanse burgers vallen voor hun nieuwsgaring terug op lokale zenders die weinig 'hard' politiek nieuws bieden of op zogenaamde *news networks*, zoals CNN en Fox News.



Figuur 2. Aanbod van nieuws en duiding uitgedrukt in minuten in primetime op publieke en commerciële zenders, op drie meetpunten: 1987 - 1997 - 2007. (Voor meer informatie: zie Aalberg, Van Aalst & Curran, 2010)

Hoewel *news networks* overvloedig veel nieuws aanbieden, is hun meerwaarde niet altijd eenduidig. Met name Fox News, veruit de populairste bron van informatie voor republikeinse kiezers, heeft een uitgesproken partijdig profiel. Bovendien blijken hun kijkers even slecht te scoren op het vlak van politieke kennis als mensen die geen nieuws consumeren. Het succes van Fox News bij republikeinen

en Trump-aanhangers heeft veel te maken met het tanende vertrouwen in de traditionele nieuwsmedia, waar Fox News zich steeds duidelijker van distantieert.⁴⁶

Ongeveer één op drie burgers in de Verenigde Staten is van mening dat je de media over het algemeen kan vertrouwen. Dat is gemiddeld laag, en vooral heel wat lager dan in België (53%) of Nederland (58%) (*Digital Report 2018*, Newman e.a., 2018). Nog opvallender is de opdeling binnen de Verenigde Staten zelf, waar meer rechtse kiezers de media nauwelijks nog vertrouwen (17%), terwijl dat vertrouwen aan de linkerkant van het politieke spectrum heel wat hoger ligt (49%). Deze cijfers weerspiegelen de diepe polarisering in de Amerikaanse samenleving (zie verder). Door het gefragmenteerde medialandschap in de Verenigde Staten consumeren burgers steeds meer verschillende media, die ook inhoudelijk steeds verder uit elkaar groeien, aldus het rapport van het Reuters Institute for Digital Journalism van 2018.

Het Vlaamse medialandschap is in heel wat opzichten het tegenbeeld van het Amerikaanse. In de eerste plaats is het gebruik van de traditionele media nog steeds intens. Met name de publieke omroep bezet een centrale plaats in het medialandschap en wordt ook beschouwd als de meest betrouwbare nieuwsbron. Maar ook de commerciële zender VTM trekt veel kijkers en wekt vertrouwen (Newman e.a., 2018). Zo komt het dat er maar heel weinig Vlamingen zijn die maar zelden naar een traditioneel journaal kijken (Van Aelst, 2014). Bovendien heeft Vlaanderen geen echte tabloids, zoals in het Verenigd Koninkrijk, waarvan de uitgesproken partijdige boodschappen vaak gretig online gedeeld worden (Chadwick e.a., 2018). Het klopt wel dat ook bij ons steeds meer mensen hun nieuws online vinden, maar het gaat daarbij bijna uitsluitend over onlineversies van kranten en omroepen. Tot slot neemt ook in Vlaanderen de omvang van het aantal kijkers toe die nieuws ontvangen via sociale media. Dat is niet onbelangrijk, omdat uit recent onderzoek blijkt dat nieuwsgebruikers op sociale media minder goed op de hoogte zijn van de politieke actualiteit. Hier past echter een belangrijke nuancering: slechts 3% van de bevolking steunt *enkel* op sociale media als nieuwsbron. De grote meerderheid gebruikt deze nieuwe media gebruiken *naast* de klassieke kanalen (Van Erkel, Van Aelst & Thijssen 2018).

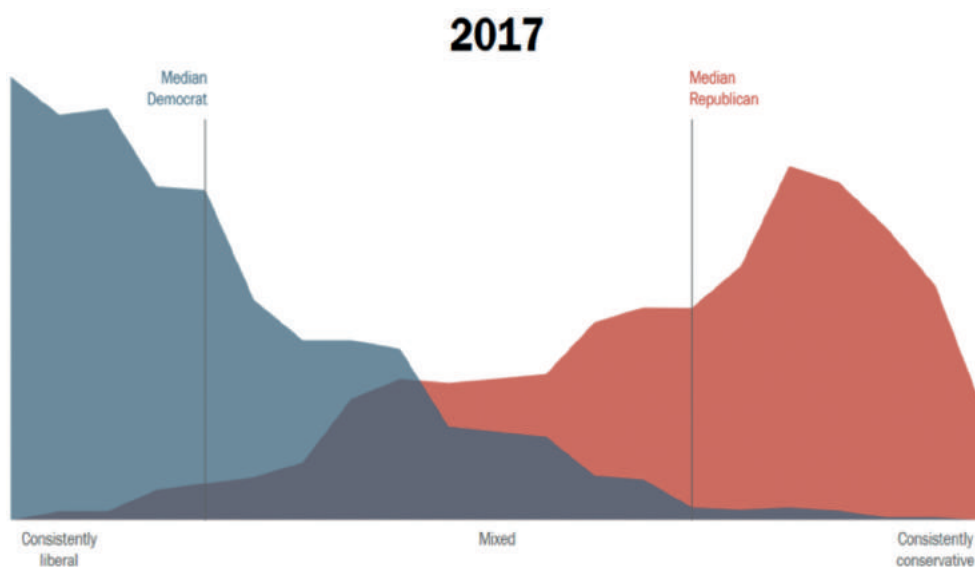
Polarisering en het verdwijnen van het politieke midden

Een andere belangrijke factor die een voedingsbodem blijkt te zijn voor allerlei vormen van desinformatie is een doorgedreven politieke polarisering: het feit dat bepaalde groepen in de maatschappij zich steeds duidelijker tegen elkaar gaan afzetten. Mensen gaan zich meer identificeren met hun *in-group* van mensen met dezelfde politieke voorkeur, en tegelijk meer openlijk en uitgesproken afzetten tegen de *out-group* van mensen met een andere politieke overtuiging.

⁴⁶ <https://www.nytimes.com/2017/03/25/business/media/fox-news.html>

Dit proces is in heel wat landen aan de gang en zou zich de jongste jaren ook steeds duidelijker manifesteren op het niveau van gewone burgers (Iyengar e.a., 2012). Naarmate mensen vijandiger komen te staan ten aanzien van bepaalde groepen in de samenleving, staan ze ook meer open voor negatieve informatie over deze *out-group* en voor positieve informatie over de eigen *in-group*. Door deze negatieve houding ten aanzien van anderen en deze selectieve kijk op de politiek vinden vormen van desinformatie en nepnieuws sneller ingang. Bovendien zijn deze mensen ook minder terughoudend om foutieve informatie verder te delen met anderen.

Volgens het nog schaarse longitudinale onderzoek lijkt er in heel wat landen sprake te zijn van toenemende polarisering. In de Verenigde Staten is deze tendens het best gedocumenteerd en ook het duidelijkst zichtbaar. Het gerenommeerde Pew Research Center toont op basis van bevragingen aan dat kiezers zich steeds meer uitgesproken links of rechts gaan opstellen. In het midden van de jaren 1990 stond de gemiddelde republikeinse kiezer ideologisch niet ver af van de gemiddelde democratische kiezer. Kandidaten trachtten de 'middenkiezer' te overtuigen en zo kiezers uit beide kampen aan zich te binden. In de jaren 2000 gaan steeds meer kiezers zich meer links (*liberal*) of meer rechts (*conservative*) van het midden opstellen. Figuur 3 toont aan dat in 2017 de meerderheid van de kiezers zich uitgesproken links of rechts van het centrum bevindt en het aantal kiezers in het midden geleidelijk verdwijnt (zie figuur 3).



Figuur 3. De positionering van democratische (blauw) en republikeinse (rood) kiezers op een links-rechtsschaal, op basis van tien politieke stellingen. Het paarse deel geeft de overlap aan (data van Pew Research Center).

Samen met deze politieke polarisering groeit ook de *partisan bias* in politieke kennis, waarbij kiezers feitelijke onjuistheden die stroken met hun politieke opvattingen voor waar aannemen. Een bekend voorbeeld is de populaire, maar foute overtuiging dat voormalig president Obama niet in de Verenigde Staten geboren is (Hollander, 2010; Taber & Lodge, 2006; Pasek, Stark, Krosnick & Tompson, 2014; Kraft, Lodge & Taber, 2015). Als onderliggende verklaring voor de hardnekkigheid van deze feitelijk verkeerde opvattingen wordt vaak verwezen naar cognitieve verschijnselen als *confirmation biases* en *motivated reasoning* (Prior, Sood, Khanna, 2015). Mensen willen met andere woorden bepaalde zaken aannemen omdat ze aansluiten bij *common sense*-opvattingen. Dat fenomeen is niet van vandaag, maar wordt sterk in de hand gewerkt door media met een uitgesproken politieke voorkeur die inspelen op de sterktes van de eigen partij/ideologie en de zwakheden van de tegenstander. In het medialandschap in de Verenigde Staten groeien de gebruikers van verschillende media ideologisch steeds verder uit elkaar (Stroud, 2011). We verwezen daarbij eerder al naar media als Fox News, maar onlinemediën als Breitbart positioneren zich nog partijdiger en nemen het bovendien veel minder nauw met het controleren van de echtheid van hun berichtgeving.

Deze vormen van polarisering bij burgers en media zien we ook in andere landen, met name in Zuid- Europese landen als Italië en Griekenland, die van oudsher een ideologisch sterke opdeling kennen. Het Vlaamse partijlandschap lijkt daar nauwelijks op, zoals dat van veel andere Centraal- en Noord Europese landen. Gebruikers van populaire Vlaamse media zoals *Het Nieuwsblad*, *Het Laatste Nieuws*, VRT en VTM wijken op het vlak van hun politieke voorkeur nauwelijks af van de gemiddelde bevolking (Van Aelst, 2014). Als gevolg daarvan zijn er ook vandaag nauwelijks verschillen in het vertrouwen van linkse en rechtse burgers in de diverse Vlaamse kranten en televisiezenders (Picone & Vandenplas, 2018).

Andere verklaringen

Naast het verschillende medialandschap en de verschillende mate van polarisering zijn er nog andere factoren die het verschil in de verspreiding van nepnieuws kunnen verklaren.

Taal, schaal en cultuur

Het Nederlandse taalgebied is veel kleiner dan het Engelstalige, wat maakt dat nepnieuws niet zo snel en minder wijd verspreid geraakt. Soms wordt nepnieuws vertaald en aangepast aan de nationale context. Een bekend voorbeeld is het videobericht over een vechtpartij met een agressieve vluchteling die hulpverleners belaagde in het UZ Leuven (*De Standaard*, 24/08/2017). Het bericht werd doorgestuurd op sociale media. Het bleek echter niet om een vluchteling in Leuven te gaan, maar om een dronken man in Rusland. Het bericht werd snel ontkracht

en niet verder verspreid. Het lijkt erop dat Vlamingen minder geneigd zijn valse berichten massaal te verspreiden. Dat bleek ook uit het onderzoek van de krant *NRC* naar de rol van Russische zogenaamde 'trollen' na de terroristische aanslagen van maart 2016 in Brussel. Na de aanslagen verspreidden niet-bestaande personen via valse accounts ruim negenhonderd Nederlandstalige tweets die inspelen op de angst en negatieve gevoelens ten aanzien van de Islam. Hun berichten werden in Vlaanderen en Nederland amper gedeeld en het aantal reacties was summier (*NRC*, 15/07/2018). De ruim negenhonderd Nederlandstalige IRA-tweets hebben waarschijnlijk een bescheiden aantal Nederlanders en Belgen bereikt. Alles samen hadden de trollen die in het Nederlands twitterden toen ze de tweets verstuurden bijna 250.000 volgers, van wie een onbekend aantal Nederlanders en Belgen.

Opmerkelijk in dit verband is dat nepnieuws ook wordt ontkracht door de media zelf, zoals door het Nederlandse *Geen Stijl*, een internetmedium dat zichzelf 'Tendentieus, ongefundeerd & nodeloos kwetsend' noemt. Toch werd op deze website gereageerd tegen een vals bericht over een immigrant dat Donald Trump deelde op Twitter, en ook tegen een foutieve quote van Guy Verhofstadt over Geert Wilders. Aangezien *Geen Stijl* tegen immigratie is en ook allerminst een voorstander van verdere Europese integratie, is het opmerkelijk dat de website in beide gevallen openlijk deze valse berichten 'ontmaskert'.

Politici en hun respect voor de waarheid

Tot slot kunnen we niet om het fenomeen heen dat politici in sommige landen zich minder aan de feiten houden dan in andere landen. Daardoor scheppen ze een klimaat dat nepnieuws en andere vormen van desinformatie stimuleert. Dat politici al eens een loopje nemen met de waarheid is van alle tijden. Maar de manier waarop Donald Trump met de waarheid omgaat, is van een heel andere orde. Volgens de onafhankelijke *Factcheckers* van *PolitiFact* waren tijdens de campagne 7 op 10 statements van kandidaat Trump geheel of gedeeltelijk onwaar. President Trump scoort volgens dezelfde instantie nauwelijks beter. Dat dit de populariteit van Trump bij zijn kiezers blijkbaar niet heeft aangetast, is sprekend. Een vergelijking met politici in Vlaanderen is moeilijk te maken, aangezien de uitspraken van politici niet systematisch worden gecontroleerd door *Factcheckers*. Ondanks enkele recente incidenten lijken Vlaamse politici nauwelijks mee te gaan in deze trend van feitelijke onjuistheden.⁴⁷

⁴⁷ Enkele recente politieke uitspraken waarover controverse ontstond: minister Liesbeth Homans en haar gebruik van armoedecijfers (Vergauwen, 2017, http://www.standaard.be/cnt/dmf20180613_03560169); het gebruik van valse e-mails door John Crombez in het dossier van de F16's ([Belga], 2018, <https://www.tijd.be/politiek-economie/belgie/federaal/f-16-mails-brengen-crombez-in-verlegenheid/10018378.html>); de kritiek van Zuhail Demir en Liesbeth Homans aan het adres van Unia (Paelinck e.a., 2017, <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2017/02/27/krantencommentarenhekelenhalvewaarhedeneneheleugensvandemirenho-1-2903986/>)

Samenvattend: geen reden tot ongerustheid?

Is de vaststelling dat nepnieuws relatief weinig voorkomt in ons land een reden om er verder niet al te veel aandacht aan te besteden? Niet meteen. Bepaalde trends die zich nu reeds voordoen in de Verenigde Staten, zullen mogelijk in de toekomst ook hier meer gaan spelen. Denk aan het dalende gebruik van de traditionele nieuwsmedia door jongeren en het toenemende belang van sociale en alternatieve media voor nieuwsgebruik. Uit een recente studie aan de Universiteit Antwerpen blijkt dat mensen die enkel sociale media gebruiken om zich te informeren, minder goed scoren op het vlak van kennis van actuele politieke gebeurtenissen.

Belangrijker is allicht dat nepnieuws slechts één welbepaalde vorm is van 'informatievervuiling'. Uit het eerder aangehaalde onderzoek van het Reuters Institute blijkt dat Vlamingen wel meer te maken hebben met andere vormen van informatie die als een vorm van desinformatie kunnen worden beschouwd. Het gaat dan om vormen van slordige of slechte journalistiek, waarbij journalisten nauwelijks de tijd krijgen om hun bronnen te checken en ongewild foute of onvolledige verhalen verspreiden. Daarnaast gaat het ook om berichten van politieke actoren die worden verdraaid om zaken anders of beter voor te stellen (Picone & Vandenplas, 2018). Er is tot slot ook een toenemende bezorgdheid rond *microtargeting*, het heel gericht trachten te beïnvloeden van bepaalde segmenten van de publieke opinie. *Microtargeting* is niet nieuw en niet noodzakelijk verkeerd, maar sinds de onthullingen bij Cambridge Analytica over het misbruik van gegevens om mensen gerichte boodschappen te sturen tijdens de campagne voor brexit en de verkiezingscampagne in de Verenigde Staten, is deze vorm van campagnevoeren wel duidelijker gelinkt aan vormen van desinformatie. Het herkennen van deze nieuwe vormen van misleidende informatie of propaganda vereist onder meer een betere mediageletterdheid en toont aan dat *factchecking* ook in Vlaanderen een rol van betekenis kan spelen (zie hoofdstuk 5 en de aanbevelingen).

Het is dus niet omdat zuiver nepnieuws hier maar mondjesmaat doordringt dat er geen redenen zijn om de bredere problematiek van goede en waarheidsgetrouwe informatie niet ernstig te nemen.

5. Hoe nepnieuws en de kwalijke gevolgen ervan tegengaan?

De in hoofdstuk 1 vermelde documenten die voorstellen formuleren om nepnieuws en zijn kwalijke gevolgen te bestrijden, sluiten allemaal elke vorm van censuur absoluut uit. Het ene document doet dat al wat explicieter dan het andere, maar de vrije meningsuiting en de vrijheid van expressie staan nergens ter discussie. Ook maatregelen die het technisch functioneren van het internet zouden belemmeren zijn uitgesloten (HLGFD, 2018: 5, 14; Henley, 2018: 1). Hier en daar, zoals in Duitsland, werden al wetgevende initiatieven genomen om platformen te beboeten voor het *hosten* van onwaardige inhoud, waaronder laster en het aansporen tot haat (Wardle & Derakhshan, 2017: 57). In andere EU-landen worden maatregelen overwogen of zijn ze in uitvoering. Dat is het geval in Zweden, Ierland, Tsjechië (Henley, 2018: 2), Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk (Wardle & Derakhshan, 2017: 19; HC 363, 2018). Vanuit de terecht vrees dat jongeren er niet in slagen nepnieuws te herkennen op sociale media,⁴⁸ wil in België zowel de federale minister voor de Digitale Agenda⁴⁹ als de Vlaamse minister van Onderwijs⁵⁰ inzetten op het bevorderen van digitale mediawijsheid.

De discussie over het bestrijden van nepnieuws lijkt zich af te spelen rond de vraag in hoever de klemtoon moet liggen op wetgevende initiatieven dan wel op het stimuleren van zelfregulering door de platformen en het weerbaar maken van gebruikers als individuen of als georganiseerd middenveld. Het interimrapport van het Britse House of Commons zet zwaar in op dwingende regels en een dwingende professionele code (HC 363, 2018: 64-73), terwijl het verslag van de Belgische expertengroep vooral de kaart trekt van samenwerking en overleg met de mediaplatformen (X., 2018). Wat het wetgevend werk aangaat, drukken juristen, technologie-experts en vertegenwoordigers van de media de vrees uit dat haastig opgestelde en onvoldoende doordachte beleidsmaatregelen ertoe neigen weinig efficiënt en zelfs contraproductief te zijn. Dat is vooral het geval als er onvoldoende rekening wordt gehouden met de oorzaken en alleen het 'laaghangend fruit' geïsoleerd wordt. Wat de zelfregulering aangaat, wordt opgemerkt dat het *businessmodel* van nieuwsplatformen weinig *incentives* bevat om de rol van 'arbiters of truth' op zich te nemen.

Er wordt op gewezen dat met het oog op gunstige langetermijneffecten een evenwichtige benadering noodzakelijk is, waarin wetgevende initiatieven, zelfregulering en *empowering* van de gebruikers een rol spelen (Henley, 2018). Daarin hebben ook de technologiebedrijven zelf een rol te vervullen (Wardle & Derakhshan, 2017: 58-64). De KVAB kan zich achter die opstelling scharen.

⁴⁸ <https://www.arteveldehogeschool.be/projecten/het-echt-waar-nieuwswijsheid-en-factchecken-als-katalysatorvoor-kritisch-burgerschap> (zie ook: Brito, 2016)

⁴⁹ <https://www.hln.be/nieuws/binnenland/de-croo-bindt-strijd-aan-met-fake-news~a58e25a6/>

⁵⁰ <http://www.hildecrevits.be/nl/jeugd-ligt-niet-wakker-van-fake-news>

De mediaplatformen zijn enerzijds geen 'verantwoordelijke uitgevers', maar anderzijds kan men ook niet volhouden dat ze louter passieve doorgeefluiken van informatie zijn.

Een multidimensionale aanpak vanuit globale doelstellingen

In de overtuiging dat een multidimensionale aanpak nodig is om weerwerk te bieden tegen desinformatie zoals nepnieuws, stelt de *High Level Group on fake news and online disinformation* (HLGFD) een aantal onderling verbonden maatregelen voor die vorm geven aan vijf globale doelstellingen: (1) de transparantie verbeteren van het nieuws dat online wordt verspreid; (2) de informatie- en mediageletterdheid verhogen om gebruikers bij te staan bij het surfen in een digitale omgeving; (3) het ontwikkelen en ter beschikking stellen van *tools* om zowel journalisten als gebruikers in staat te stellen desinformatie te herkennen; (4) de diversiteit en leefbaarheid van het Europese mediasysteem bewaken; (5) het promoten van wetenschappelijk onderzoek naar het functioneren en de effecten van desinformatie (waaronder nepnieuws), onder meer om de genomen maatregelen continu te evalueren (HLGFD, 2018: 5-6).

De concrete maatregelen die uitgewerkt zijn of gepland worden richten zich op de realisatie van een of meer van deze doelstellingen. De eerste drie doelstellingen kunnen samen beschouwd worden als het verhogen van de transparantie, zodat de weerbaarheid (*empowerment*) versterkt wordt. Dit kan onder meer gebeuren door het ter beschikking stellen van *tools* om desinformatie tegen te gaan. Vanzelfsprekend is een verscheidenheid aan *stakeholders* betrokken bij de realisatie van de voorgestelde maatregelen: onlineplatformen, nieuwsuitgevers, omroepen, feitcheckers, organisaties uit het maatschappelijk middenveld, leerkrachten, academici, onderzoekers (Wardle & Derakhshan, 2017: 6-9), en niet het minst journalisten.⁵¹

Er is sprake van goede praktijken in de strijd tegen desinformatie als ze enerzijds een meer dan redelijke kans maken om effectief te zijn en anderzijds toch ook voldoende aandacht hebben voor het bewaren van de vrijheid van meningsuiting en expressie, en voor de bescherming van de privacy van gegevens. Sommige praktijken stellen voor om het internetverkeer strakker te regelen⁵² (HC 363, 2018: 64-67), terwijl andere meer de nadruk leggen op een grotere responsabilisering

⁵¹ Met het oog op de vorming van journalisten werd onder impuls van de UNESCO een handboek uitgegeven dat gericht is op opleiding en training. De daarin uitgewerkte modules lijken bijzonder geschikt te zijn om de weerbaarheid tegen desinformatie bij deze doelgroep te verhogen (zie: Ireton & Posetti, 2018).

⁵² De commissie van het Britse House of Commons lijkt makkelijker tot een scherp standpunt te kunnen komen dan de EU, al gaat het nog maar om voorstellen.

en controle in overleg met het veld.⁵³ Alleen zo kan vermeden worden dat die maatregelen op termijn onbedoelde neveneffecten hebben en daardoor contraproductief zijn (HLGFD, 2018: 14). Inzake censuur en de bescherming van de privacy wordt gerefereerd aan algemeen aanvaarde omschrijvingen en/of wettelijke bepalingen. Het criterium van contraproductiviteit is daarentegen een empirische kwestie, waarvan de toepassing onderzoek naar de efficiëntie van de maatregelen vereist. Met het oog op het vrijwaren van de vrijheid van meningsuiting is het van belang dat de kans op vals positieve⁵⁴ conclusies zo laag mogelijk is bij het vroegtijdig opsporen van nepnieuws of het aanwijzen van verdachte bronnen. De kans op negatief valse⁵⁵ conclusies moet ook zo laag mogelijk zijn om te vermijden dat men te vaak informatie mist die de moeite waard is.

Het interimrapport van het House of Commons behandelt uitvoerig de globale doelstelling *transparency*. Het rapport is sterk getekend door de gebruikte methode van *hearings*. Vertegenwoordigers van de onlineplatformen en andere betrokkenen werden opgeroepen om te getuigen over een aantal heikele kwesties⁵⁶ waarin onlineplatformen in opspraak kwamen. De kennis en de inzichten die hierbij werden verzameld kunnen mee verklaren waarom het rapport zich niet neerlegt bij de stelling dat onlineplatformen geen verantwoordelijkheid dragen omdat ze alleen doorgeefluiken (*platforms*) zouden zijn en geen uitgevers (*publishers*). De voorgestelde maatregelen in het rapport verwerpen die dichotomie. Het rapport bepleit: een grotere verantwoordelijkheid van de platformen, de versterking van een orgaan dat daarop toezicht kan houden, het in overleg met de sector opstellen van een richtinggevende en soms dwingende professionele code, een grotere bevoegdheid van een informatieambtenaar in de *Data Protection Act* van 2018 (HC 363, 2018: 64-73). Met de haatcampagnes tegen bevolkingsgroepen en het gericht beïnvloeden van de keuze van kiezers in een niet zo ver verleden voor ogen, pleit ook de KVAB met nadruk voor een grotere verantwoordelijkheid van de onlinemediaplatformen.

Maatregelen die de weerbaarheid van de gebruikers versterken (HLGFD, 2018: 14) zijn onder meer het verhogen van hun geletterdheid inzake media- en online-informatie, en de mogelijkheid om bronnen en inhoud van informatie te beoordelen naar hun betrouwbaarheid, zodat het vertrouwen kan verbeteren.

⁵³ In dit verband pleit de Belgische expertengroep voor het testen van samenwerkingsprojecten in een proeftuin van platformen (X, 2018: 14).

⁵⁴ Dit is: een bericht aanwijzen als 'nep' terwijl dit niet zo is.

⁵⁵ Dit is: een bericht aanwijzen als 'waar' terwijl het nep is.

⁵⁶ Enkele sprekende voorbeelden: de beschuldiging van het misbruik van gegevens voor *microtargeting* door Cambridge Analytica bij het brexit-referendum en de rol van Facebook daarin; de massale haatcampagne tegen de Rohingya in Myanmar via de *Free Basics*-faciliteit van Facebook, waar miljoenen inwoners van Myanmar gebruik van konden maken; de pogingen tot beïnvloeding vanuit Rusland van verkiezingen in verschillende landen (HC 363: 22-57).

Factchecking is een van de meest verspreide maatregelen om het vertrouwen in nieuwsberichten te herstellen. Het zorgt zowel voor meer transparantie als voor een versterking van de weerbaarheid. Mede daardoor geniet *factchecking* de voorkeur boven een versterking van een rechtstreekse ingreep door de overheid in het internetverkeer tussen mediabedrijven en gebruikers.⁵⁷ Als zulke impliciete censuur toch nodig zou zijn om zware misbruiken tegen te gaan, is voorzichtigheid geboden. Er wordt ook gezocht naar methoden om nepnieuws op een automatische wijze vroegtijdig te ontdekken en de verspreiding ervan tegen te gaan. Hierbij hoopt men op artificiële intelligentie (AI) om betrouwbare informatie met een lage kans op vergissing snel te onderscheiden van onbetrouwbare informatie. Maar zover is men nog niet.

Het is niet de bedoeling hier de tientallen maatregelen op te lijsten die voorgesteld worden door de expertengroep van de Europese Commissie en in andere rapporten. We maakten integendeel een selectie van voorstellen die we van groot belang achten voor het functioneren van een democratische samenleving met oog voor zorgzaamheid en duurzaamheid. De aanbevelingen sluiten bovendien bijzonder goed aan bij de rol die de academische wereld kan spelen in het stimuleren en faciliteren van onderzoek en onderwijs met een grote maatschappelijke relevantie.

Het bevorderen van de transparantie van digitale platformen en van (nieuws)berichten

De transparantie van de onlinemediën heeft te maken met inzicht in de netwerken rond de mediaplatformen en de financiële bronnen van de verspreiders van onlineboodschappen. De mediaplatformen moeten verplicht worden om hierover correcte informatie te verschaffen. Politieke advertenties moeten duidelijk identificeerbaar zijn. Het is van belang te weten waar het geld vandaan komt (*follow the money*-principe) en of de berichten al of niet opgesteld en verstuurd zijn door robots (HLGFD, 2018: 22-23). In het geval van manipulatie door externe spelers, zoals een politieke actiegroep of een buitenlandse mogendheid, moeten de platformen kunnen ingrijpen. Zij moeten ook informatie geven over hun criteria om nieuws als *trending news* voor te stellen, alsook over de (kunstmatige) ingrepen en algoritmen die daarbij gebruikt worden. Zulke maatregelen worden het best opgenomen in een gedragscode van mediaplatformen (HLGFD, 2018: 31). Het uitwerken daarvan behoort tot de taak van de Europese Commissie en de daarmee verbonden politieke organen. Steun vanuit de academische onderzoekswereld is

⁵⁷ Hierbij wordt gedacht aan initiatieven die bij het zoeken naar informatie de kans op de bereikbaarheid van betrouwbare inhoud willen verhogen en de kans dat je terechtkomt bij nepnieuws bemoeilijken. Of die nepinhoud voorzien van een waarschuwing. Er zijn ook voorstellen om de verspreiding van nepnieuws af te remmen door in te grijpen op netwerkinteracties (delen, commentaren, *liking*...) en georganiseerde netwerkstructuren (opnieuw delen of posten, het weren van nepaccounts).

hier onmisbaar. Er kunnen maar realistische regels ontworpen worden als er na onderzoek onderbouwde expertise van academisch niveau beschikbaar is (zie aanbevelingen 1 en 2).

Eenvoudige regels voor een vaardige omgang met online-informatie

Het herkennen van nepnieuws en desinformatie in de onlinecommunicatie die de gebruiker bereikt is geen eenvoudige opgave. Een van de redenen is dat het bijzonder moeilijk is om 'waar' van 'vals' te onderscheiden als de inhoud van een bericht in de lijn ligt van de ideologie en de vooroordelen die we koesteren of als het bericht afkomstig is van bronnen waarmee we ideologisch of cultureel verwant zijn. Vaak zitten mediagebruikers vast in een tunnelvisie, zonder het zelf te beseffen. Om dit tegen te gaan is een spontaan kritische houding onmisbaar. Een aanzet hiervoor kan men vinden in het artikel *Who told you that? in Significance*.⁵⁸ Daarin stelt auteur David Hand (2018: 8-9) een eenvoudige regel voor om beweringen over gebeurtenissen te verifiëren: check steeds de herkomst van een bericht! Aangezien digitale kanalen weinig houvast bieden om te kunnen antwoorden op de vraag 'wie wat zegt in welke context en met welke autoriteit en expertise?' (de zogenaamde *context collapse*), moet die vraag elke binnenkomende informatie vergezellen (Van Dijck, 2018b). Deze basisregel van de historische kritiek moet een grondhouding worden bij de ontvangers en verspreiders van informatie. Niet iedereen is in staat om de herkomst van informatie te beoordelen, maar het is een minimale vereiste dat bij de verspreiding van nieuws steeds de bronnen correct vermeld worden (Hand, 2018, 9). Doorgaans zullen de ontvangers moeten steunen op de reputatie inzake geloofwaardigheid van de bronnen waarnaar verwezen wordt, en op het antwoord op de vraag of die reputatie nog geldig is.

Traditionele nieuwsmedia gebruiken nog steeds journalisten om op een transparante wijze artikels te controleren en zo nodig te bewerken. Als zij hun taak ernstig nemen, gaan ze eerst na of de bron van het nieuws zelf een reputatie van betrouwbaarheid geniet. Ze checken wanneer het gesignaleerde gebeuren plaatsvond, wie er betrokken was en wanneer het oorspronkelijk werd verspreid. Ze nemen vervolgens contact op met de bron die het nieuws eerst heeft uitgebracht en zoeken naar inconsistenties tussen de verschillende bronnen die hetzelfde nieuws uitbrachten. Deze zes stappen worden helder weergegeven in een figuur die afkomstig is uit een statement over *fake news* van de International Federation of Library Associates and Institutions.

Deze stappen van de historische kritiek zijn zo elementair in de digitale onlinesamenleving dat ze een plaats moeten krijgen in elke richting van het hoger onderwijs. Ze behoren niet exclusief tot de vaardigheden van historici en journalisten, maar zijn voor hen een 'must'. Ze passen ook in de burgervorming die (hopelijk) voortaan tot de eindtermen van het secundair onderwijs zal behoren.

⁵⁸ Het ledenblad van de Royal Statistical Society en de American Statistical Association.



Bron: IFLA statement on fake news⁵⁹

Factchecking en het toekennen van een waarheidsscore

Factchecking is een van de meest opvallende journalistieke initiatieven die de afgelopen tien jaar werden geïntroduceerd. Het heeft de manier waarop het maatschappelijk debat wordt gevoerd, beïnvloed (Graves, 2016): 'Het nieuwe millennium heeft de opgang en globale verspreiding gezien van wat we gerust een nieuw democratisch instituut mogen noemen,' aldus Graves en Cherubini in hun studie *The Rise of Fact-Checking sites in Europe* (2016: 6). Naast het onderzoek van de betrouwbaarheid van de inhoud van specifieke items wordt ook gepoogd om de betrouwbaarheid van de nieuwsbronnen vast te stellen. Wij beperken ons hier tot "factchecking".⁶⁰

Met *factchecking* bedoelen we het toekennen van een 'waarheidsscore' aan als feiten geponeerde claims in het nieuws. *Factchecking* gaat verder dan de klassieke check en dubbelcheck die journalisten moeten toepassen bij het maken

⁵⁹ Zie: <https://www.ifla.org/publications/node/67341>

⁶⁰ Zie hiervoor: "Assessing the effect of news source ratings on news content" (Gallup/Knight Foundation, 2018).

van een nieuwsbericht. *Factchecking* als genre wil uitspraken en claims diepgaand op hun waarheidsgehalte onderzoeken en via een argumentatie daarover een conclusie formuleren. Kenmerkend voor het genre is dat het publiek exact weet welke bronnen in het stuk tot de conclusie 'waar' of 'onwaar' leiden. Net zoals bij wetenschappelijk onderzoek is de logica dat volledige transparantie de beste weg is naar een neutrale waarheid, en dat die waarheid een kwestie is van permanent voortschrijdend inzicht.

Graves en Cherubini (2016) troffen in het decennium voor hun onderzoek 113 onafhankelijke *factcheckers* aan, waarvan meer dan 90% is opgericht sedert 2010 en ongeveer de helft na 2014. Het eerste spoor van het checken van feiten vinden we in een blog die in 2005 opgericht werd door Channel 4 News in verband met de Britse parlementsverkiezingen van dat jaar. Een gelijkaardig initiatief kwam er in Frankrijk en Nederland en eind 2010 waren er al *factcheckers* actief in tien landen. Zo'n 40% is verbonden met nieuwszenders; de overige werken als non-profitorganisaties (Graves & Cherubini, 2016). In de bijlage van het *Council of Europe Report* worden 47 initiatieven opgesomd in 27 Europese landen (Wardle & Derakhshan, 2018: 86-90). België hoort daar niet bij. Momenteel doen sommige dag- en weekbladen sporadisch aan *factchecking* in nieuwsberichten of communicatie van politici. Er ontbreekt echter een overkoepelend instituut (of centrum) dat systematisch aan *factchecking* doet.

Zowel onlineplatformen als radio- en televisieomroepen, de geschreven pers en organisaties uit het middenveld doen inspanningen om desinformatie tegen te gaan en zo de betrouwbaarheid van informatie te verhogen. Er is natuurlijk variatie in de intensiteit, de reikwijdte en de kwaliteit van hun inspanningen. De twee belangrijkste modellen voor *factchecking* zijn het *Newsroom Model* en het *ngo-model*. Het eerste is gelieerd aan de bestaande nieuwsmedia en -platformen en komt vooral in West-Europa voor. Het ngo-model, dat onafhankelijk van de nieuwsmedia opereert, komt vaker in Oost-Europa voor. Sommige *factcheckers* identificeren zich vooral als reporters, anderen meer als activisten of experts. Bij nieuwsuitgevers en omroepen kan de kans op efficiëntie van *factchecking* verhoogd worden door wettelijke voorschriften inzake transparantie en accuraatheid. Wat de rol van middenveldorganisaties (ngo's) aangaat, is de *factchecking*-capaciteit in Europa nog in volle ontwikkeling, maar er zijn toch al beloftevolle inspanningen geleverd in grote EU-lidstaten zoals Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk (waar de ervaringen met de brexit zorgden voor een *boost*) en Duitsland (Graves & Cherubini, 2016: 8-10, 30; HLGFD, 2018: 14-15).

Factchecking gebeurt hoofdzakelijk door journalisten die zich daarin in teamverband zijn gaan bekwamen. Zo'n vorm van het controleren van feiten door gespecialiseerde journalisten die de geijkte methoden en procedures – opgesteld door het International Fact-Checking Network (IFCN) – kennen en toepassen, gebeurt nog vrijwel nergens in België. Dat is een gemis met belangrijke conse-

quenties. Jan Jagers, die als journalist sinds oktober 2012 de *factcheck*-rubriek in *Knack* verzorgt, stelde dit jaar tijdens zijn deelname aan Globalfact, het internationaal congres voor *factcheckers*, dat ons land achterloopt: 'In België en Vlaanderen heeft nog geen enkel wijdverspreid medium een erkenning van het IFCN op zak, waardoor de echte professionalisering van *factchecking* voorlopig uitblijft.'

Om erkend te kunnen worden door IFCN, een organisch gegroeide organisatie onder de vleugels van het Amerikaanse Poynter Institute, een kenniscentrum over en voor journalistiek, moet het medium of actie- en kenniscentrum dat er aanspraak op wil maken aan een aantal voorwaarden voldoen.⁶¹ Transparantie is daarbij het ordewoord. Bij elke *factcheck* waarin een claim op de rooster wordt gelegd en waarin geconcludeerd wordt of die al dan niet klopt en waarom, dient, analoog aan wat wetenschappers doen, rigoureuus te worden aangegeven op welke bronnen – overheidscijfers, onderzoeksrapporten, academische studies, expertinterviews... – de argumentatie steunt. Vertrekkend van de premisse dat onafhankelijkheid noodzakelijk is om geloofwaardig aan *factchecking* te kunnen doen, vraagt IFCN transparantie over de financiering. Het moet ook duidelijk zijn wat de verschillende categorieën van het gebruikte ratingsysteem precies betekenen (Amazeen & Thorson e.a. 2016).⁶² Als een medium of actie- en kenniscentrum eenmaal door het IFCN is erkend, kan die organisatie gratis gebruik maken van de kennis en *tools* die het netwerk ter beschikking stelt.⁶³ Zo'n erkenning kan de geloofwaardigheid van de organisatie die aan *factchecking* doet sterk verhogen.

Een van de acties ter bestrijding van online-desinformatie die de Europese Commissie recent voorstelde, was de oprichting van een onafhankelijk Europees netwerk van *factcheckers* die gemeenschappelijke werkmethoden vaststellen, beste praktijken uitwisselen en ervoor zorgen dat in de hele EU zo veel mogelijk feitelijke correcties kunnen worden uitgevoerd.⁶⁴ Een ander voorbeeld ter illustratie van de officiële waarde van een erkenning door IFCN levert Facebook. Als onderdeel van een strategie tegen nepnieuws en om zijn geloofwaardigheid

⁶¹ Onder meer het ondertekenen, naleven en in de praktijk brengen van de *Code of Principles*, zie <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/>

⁶² Over de zin en onzin van *rating systems*, zie Amazeen, Thorson. e.a. (2016) en <http://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2015/04/The-Effectiveness-of-Rating-Scales.pdf>

⁶³ *Crowdtangle* (www.crowdtangle.com) is bijvoorbeeld een tool waarmee men kan monitoren hoe en welke (twijfelachtige?) berichten viraal gaan op sociale media.

⁶⁴ Europese Commissie, persbericht, *Bestrijding van online desinformatie: Commissie stelt EU-brede praktijkcode voor*, 28 april 2018. In september 2018 onthulden online platforms en de reclamesector een zelfregulerende gedragscode die door Europees Commissaris Mariya Gabriel als een stap in de goede richting beschouwd werd (Europese Commissie, Persberichten database, 26 september 2018).

te herwinnen, sluit *Facebook* contracten af met *third-party fact-checkers*.⁶⁵ Tegen betaling door Facebook lichten die claims en nieuwsberichten door die Facebookgebruikers als verdacht bestempelen. Een voorwaarde om als medium of actie- en kenniscentrum in aanmerking te komen als *third-party fact-checker* voor Facebook, is – opnieuw – de erkenning door het IFCN.

In België en Vlaanderen, het politieke hart van Europa en de Europese instellingen, is tot dusver geen enkel medium of actie- en kenniscentrum door IFCN erkend. Met als gevolg dat zowel de Europese Commissie als Facebook in Vlaanderen geen partners vinden om mee samen te werken. Anders dan in de ons omringende landen gebeurt *factchecking* in België en Vlaanderen nu slechts ad hoc, op kleine schaal en zónder internationaal erkend kwaliteitslabel. Een actie- en kenniscentrum dat actuele en technologische ontwikkelingen in het vakdomein '*factchecking*' opvolgt, daarover internationale expertise verzamelt en daar ook zelf toe bijdraagt met onderzoek en technologische innovatie, ontbreekt. Nochtans is daar grote nood aan.

Kunnen omroepen, kranten en/of weekbladen zelf die stap zetten? Als ze daarin willen investeren, kan dat zeker. Maar een onafhankelijk actie- en kenniscentrum biedt een drietal voordelen:

1. Vooreerst kan dit actie- en kenniscentrum het mogelijk maken om gemakkelijker frequent aan systematische *factchecking* te doen. Het produceren van *factchecking*-artikelen en/of -items kan, naar analogie met hoe dit reeds in een aantal landen gebeurt,⁶⁶ een onderdeel zijn van de opdracht van het centrum. Die *frontdesk*, de zichtbare *day-to-day business*, kan worden gezien als een concrete, zo actueel mogelijke en permanente stroom van berichtgeving die uitsluitend bestaat uit *factchecks*, gemaakt door een door IFCN erkende instelling. De *factchecks* kunnen alle mediabedrijven in Vlaanderen ten goede komen. Een mogelijke piste is dat deze instelling, zoals het persagentschap Belga, opereert ten dienste van de volledige mediasector.
2. Daarnaast heeft het centrum een coördinerende academische opdracht: het concipiëren en uitzetten van met deze journalistieke praktijk verweven onderzoeklijnen. Multidisciplinair onderzoek dringt zich hier op: wat is de impact van *factchecking* op het publiek, op het discours van politici en op mediaredacties?⁶⁷ Draagt *factchecking* bij aan het herstel van het vertrouwen in de traditionele media en journalistiek, zoals Thorson (2013) hoopt? Ook

⁶⁵ Zie hierover o.m. <https://techcrunch.com/2018/06/21/facebook-expands-fact-checking-program-adopts-new-technology-for-fighting-fake-news/>

⁶⁶ Zoals *Faktisk* in Noorwegen functioneert, *AfrikaCheck* in onder meer Senegal en Kenya, en *Chequado* in Argentinië. Zie: <https://www.faktisk.no/>; <https://africacheck.org/> <https://chequado.com/>

⁶⁷ Zie o.m. Nyhan & Reifler (2015), <http://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2015/04/Estimating-Fact-Checkings-Effect.pdf>

anderen zoals Graves & Glaisyer (2012) en Amazeen (2013) zijn het erover eens dat *factchecking* een impact kan hebben op de bevolking, politici en de pers. Hoe interpreteert de achterban van een Vlaamse politica een *factcheck* die een claim van haar als onjuist afdoet? Is er dan sprake van een *backfire*-effect (zie: Nyhan & Reifler, 2010), waarbij supporters van een politica niet de conclusie van de journalist volgen, maar veeleer het tegendeel? De conclusie van de *factcheck* bewijst voor deze supporters dan enkel het vooroordeel van de betrokken journalist, die zozeggend oordeelt vanuit een vijandige en partijdige houding ten overstaan van 'hun' politica. Zij zien *factchecks* met andere woorden als een onderdeel van een partijdige of minstens niet-objectieve pers. Er bestaat wel enige twijfel over het bestaan van dit *backfire*-effect, omdat het met experimenten kan worden weerlegd (zie: Wood en Porter, 2018).⁶⁸ Of mogen we hopen dat de Vlaamse situatie veel minder gepolitiseerd is dan pakweg die in de Verenigde Staten, en dat mensen nog meer openstaan voor feitelijke informatie van een onafhankelijke instelling (zie hoofdstuk 4)? Ook de vraag naar de impact op politici is interessant en relevant, en vormt vanuit democratisch oogpunt een boeiende onderzoekspiste. Uit recent onderzoek van Lim⁶⁹ over het effect van *factchecking* op de retoriek van presidentskandidaten in de Verenigde Staten in 2012 en 2016 blijkt dat 'gefactcheckte' presidentskandidaten na gepubliceerde *factchecks* minder geneigd waren hun onjuiste claims te herhalen.

3. Een Vlaams Factcheck-centrum kan tot slot inzetten op samenwerking met computerwetenschappers en de academische wereld in het algemeen. Computerwetenschappers kunnen de toekomst van het genre mee uitbouwen door artificiële intelligentie, technologie en algoritmes te ontwikkelen die het werk van *factcheckers* vergemakkelijken. Hoe dan ook, om *factchecking* te doen werken, is samenwerking met academici nodig. Niet alleen in hun hoedanigheid van wetenschappers die onderzoek over *factchecking* doen, maar ook als publieke dienstverleners, als experts in hun vakdomein bij wie journalisten terecht kunnen voor duiding en uitleg die noodzakelijk zijn voor hun *factchecks*. Het overzichtelijk en doorzoekbaar maken van expertise, bijvoorbeeld met lijsten van academici die zich in principe bereid verklaren en beschikbaar zijn om *factcheckers* bij te staan als bron van expertise, is een opdracht die het actie- en kenniscentrum ter harte kan nemen: zonder cijfers ook vaak geen *factchecking*. Ook de lijnen aanhalen en allianties opzetten met de instanties die overheidsstatistieken maken, beheren, ter beschikking stellen en kunnen duiden, behoort tot de overkoepelende opdracht van het actie- en kenniscentrum. We denken daarbij aan Statbel en Statistiek

⁶⁸ Zie: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2819073

⁶⁹ Lim, C. (2018), *Can fact-checking prevent politicians from lying?*, unpublished research, https://drive.google.com/file/d/1s5ubbZZ1K1oenihnsVxNDO-UhhU7v9o_/view. Voor het laatst geraadpleegd op 20 september 2018.

Vlaanderen, maar evengoed aan meer lokale instanties bij steden en andere overheden of kenniscentra.

De oprichting van een actie- en kenniscentrum – en de potentiële ‘druk’ die daarvan uitgaat – kan voor overheden een aanmoediging zijn om in degelijke cijfers en statistieken te voorzien, die momenteel ontbreken of onvoldoende accuraat en/of bruikbaar zijn. Justitie en de vergelijking met hoe pakweg Nederland over dat beleidsdomein cijfers heeft, kan als typevoorbeeld gelden. Experts met een goede statistische kennis kunnen een meerwaarde bieden om complexe uitspraken voor de *factchecking*-instanties te duiden. Vaak is bij zulke uitspraken niet altijd even duidelijk wat oorzaak en gevolg is, als er al over een oorzakelijk verband kan of mag gesproken worden. Daarnaast bevelen we ook aan dat dergelijke kennis een onderdeel wordt van een groot aantal opleidingen, niet het minst van journalisten. Daarom stellen we voor dat het actie- en kenniscentrum partnerschappen uitbouwt met onderwijsinstellingen en met opleidingen journalistiek in het bijzonder.⁷⁰

De nood aan meer en betere *factchecking* als onderdeel van een bredere strategie tegen nepnieuws en desinformatie is recent ook in België en Vlaanderen doorgedrongen tot op het allerhoogste niveau. Dat blijkt onder meer uit het in juli 2018 gepubliceerde *Verslag van de Belgische Expertengroep inzake Fake News en Desinformatie* (X, 2018): ‘Tools voor burgers moeten merken overschrijden en nieuwe vormen van houvast bieden,’ concludeert het rapport. Naast ‘tools met betrekking tot de kwaliteit van bronnen’, ‘tools om desinformatie te ontmaskeren’ en ‘tools ter bevordering van diversiteit’ beveelt de expertengroep ook initiatieven voor *factchecking* aan. (X., 2018: 9). Ook huidig Vlaams minister van Media Sven Gatz wil innovatieve projecten inzake journalistieke vernieuwing en *factchecking* financieel steunen.

We kunnen besluiten: inzake *factchecking* hebben België en Vlaanderen een historische achterstand op het nabije en verre buitenland. Wij bevelen de politieke overheid aan om daar iets aan te doen (zie aanbevelingen 3, 4 en 7). *Factchecking* van nieuwsberichten door een externe, onafhankelijke instantie kan als externe kwaliteitscontrole een katalyserende rol spelen met het oog op (nog) meer en een betere kwaliteit van de berichtgeving. De belangrijkste grondstof van journalisten is hun geloofwaardigheid: ‘Die komt te voet en vertrekt te paard’, zoals het spreekwoord zegt. Ervan uitgaande dat journalisten, mediamerken en -bedrijven claims uit hun berichtgeving door een onafhankelijke instantie wellicht liever niet als onwaar bestempeld zien, kan de oprichting van een kennis- en actiecentrum leiden tot nog meer kwaliteitsvolle – lees: accurate – berichtgeving

Betrouwbare geautomatiseerde opsporing van nepnieuws

Niet alleen met het oog op betrouwbare *factchecking* maar ook om desinformatie op te sporen is samenwerking met academici aangewezen. Er kan een beroep

⁷⁰ Zie in Vlaanderen bijvoorbeeld <https://factcheckers.ehb.be/>; zie in Nederland initiatieven als <http://www.factory.fhj.nl/> en <http://nieuwscheckers.nl/>

worden gedaan op experts in artificiële intelligentie (AI) en er kan ook gedacht worden aan samenwerking met onderzoekers die bedreven zijn in de statistische analyse van grote databanken. Hoewel ze beperkter zijn in mogelijkheden dan AI voor het opsporen – en zelfs empirisch verklaren – van nepnieuws, zijn statistische analysemethoden voldoende ontwikkeld en bruikbaar. AI daarentegen moet nog een hele weg afleggen om in grotere mate automatisch bruikbaar te worden, met een voldoende grote betrouwbaarheid en snelheid.⁷¹ De meest bruikbare statistische data-analysemethoden werken met grote databanken van kenmerken van berichten, die nog veel menselijke tussenkomsten vergen om ze klaar te maken voor analyse. Nu al worden steeds meer computerprogramma's gebruikt om mediaberichten te controleren. Die gebruiken doorgaans nog voor de hand liggende methoden, zoals het herkennen van sensationele titels (*keyword analytics*), het toekennen van een betrouwbaarheidsscore aan webpagina's (met de technieken die ook Google gebruikt), het rangschikken van nieuwsbronnen volgens reputatie zoals gebruikt bij het oplist van bronnen van *malware* waarmee vergeleken wordt. Zulke programma's hebben nog te beperkte mogelijkheden omdat ze niet in staat zijn de inhoud of betekenis van informatie te 'begrijpen', zoals de mens dat kan.

De statistische benadering doet onder meer een beroep op een methodologie die bij de kwantitatieve analyse van grote aantallen gegevens vaak aangewend wordt in de sociale wetenschappen – in het bijzonder in de psychometrie en de sociometrie – met name *Structural Equation Modeling (SEM)* met latente variabelen (Bollen, 1989).⁷² De methode kan toegepast worden op media-inhouden. In een grote steekproef van analyse-eenheden (i.c. nieuwsberichten) worden waarneembare kenmerken van die eenheden gemeten. Wanneer sommige van die indicatoren eenzelfde achterliggende (latente) variabele blijken te meten, kan men aan de hand van statistische parameters nagaan of die indirect gemeten (latente) variabele 'kans op nepnieuws' voldoende betrouwbaar en geldig gemeten is met die set van indicatoren. Als dat zo is, kan worden aangenomen dat de latente variabele het bedoelde theoretisch concept reflecteert.⁷³ Om SEM te kunnen gebruiken bij het opsporen van nepnieuws moet een grote steekproef van nieuwsberichten voorhanden zijn, met relevante waargenomen kenmerken (indicatoren), om (de kans op) nepnieuws van elk bericht te meten en na te gaan hoe betrouwbaar en geldig die meting is. Bovendien is het mogelijk om in een voldoende grote steekproef uit een populatie van berichten, met behulp van relevante 'externe' kenmerken, de variantie in nepnieuws te verklaren (of voorspellen). Meteen zijn de beperkingen van de methode duidelijk: er moeten voldoende gegevens

⁷¹ Zie: Steels e.a. (2018). *Artificiële Intelligentie. Naar een vierde industriële revolutie?* KVAB-Standpunt 53.

⁷² Zie: Bechmann & Nielbo, 2018.

⁷³ Voor de hier gebruikte begrippen, zie: 'What Does Measurement Mean in a Survey Content?' (Billiet, 2016).

voorhanden zijn en het opbouwen van zulke bestanden vergt tijd en mankracht (zie aanbeveling 5).

Het aanwenden van artificiële intelligentie (AI) gaat een stap verder in het onderscheiden van betrouwbare en onbetrouwbare informatie. Er is al een en ander mogelijk, zoals het onderkennen van relevante patronen dankzij de methoden van *deep learning*. Omdat het grootste deel van de informatie verspreid wordt in menselijke taal, dient een algoritme dat nepnieuws moet detecteren in staat te zijn natuurlijke taal te verwerken. Tot dusver gebruikt men *natural language processing* (NLP) vooral om zinnen te vertalen waarbij de informatie vervat zit in de structuur en grammatica van de zinnen zelf. Op dit ogenblik slagen AI-programma's er al in om de semantische betekenis van een webartikel te vatten. Het beoordelen van het waarheidsgehalte van een nieuwsverhaal is een complexe en moeilijke taak, zelfs voor ervaren experts. Om de waarheid van een tekstbericht op een betrouwbare⁷⁴ wijze te bepalen moet het algoritme in staat zijn om de tekst ook te 'begrijpen' en de informatie uit honderden bronnen te combineren. Dit houdt in dat concepten moeten worden verbonden die niet noodzakelijk gerelateerd zijn door exacte woorden of hun semantische betekenis. Een eerste stap bij het opsporen van nepnieuws is te begrijpen (onderzoeken) wat andere organisaties over een topic zeggen. Als men dit proces kan automatiseren, zou dit een eerste belangrijke stap kunnen zijn in een keten van door AI ondersteunde controletechnieken. Er is nog heel wat onderzoek in het AI-domein nodig om voldoende betrouwbare en gemakkelijke hanteerbare tools te ontwikkelen (zie aanbeveling 5). Om de vooruitgang in het gebruik van AI bij het detecteren van nepnieuws te stimuleren zijn er al competities en test-benchmarks (zie: Steels e.a., 2018).⁷⁵

Er is een keerzijde aan het verbeteren van de opsporingsmethoden: ook de bronnen die intentioneel nepnieuws uitsturen kunnen gebruik maken van AI-methoden om hun nepnieuws te vermommen, zodat het minder makkelijk op te sporen is. Zoals met dopingcontroles is men eigenlijk altijd wat op achtervolging aangewezen.

De weerbaarheid tegen desinformatie bevorderen

Maatregelen gericht op *empowerment* van het brede publiek zijn een natuurlijk vervolg op wat voorafgaat. Media-experts wijzen erop dat het voornaamste

⁷⁴ De verwachting is dat AI erin zal slagen om nepnieuws met een zeer geringe waarschijnlijkheid te detecteren, omdat zelfs 1% foutief nieuws een zeer groot aantal mensen kan bereiken. Wie beseft dat de beslissing over wat 'waar' en 'onwaar' is niet enkel een technisch probleem is, zal die verwachting vanuit maatschappelijk oogpunt naïef vinden. Het onderscheid 'nepnieuws of geen nepnieuws' heeft ook steeds te maken met een subjectieve appreciatie, oordeel, ideologie en belangen.

⁷⁵ Zoals: SQuAD (*Stanford Question Answering Dataset*), FNC (*Fake News Challenge*) (FNC) en SemEval (*Semantic Evaluation Exercises*). Honderden onderzoeksgroepen nemen deel aan die competities en aan het onderzoek naar bruikbare AI-toepassingen.

probleem van de onlinesamenleving veeleer te maken heeft met een teveel aan informatie dan met te weinig informatie. Zoals beschreven in het derde hoofdstuk, bereiken dagelijks massale hoeveelheden informatie de gebruikers. Zij kunnen daarin gemakkelijk hun weg verliezen, niet echt meer bewust kiezen en vatbaar worden voor 'duistere' doelstellingen. Om dit tegen te gaan is er bij het ruime publiek van consumenten veerkracht nodig.

Het bijbrengen van mediawijsheid

Het is noodzakelijk dat consumenten, naargelang van hun gebruik van online-informatie, een voldoende 'preventief' inzicht hebben in die informatie. Dat inzicht moet ook voldoende realistisch zijn en steunen op elementaire kennis en vaardigheden om op een kritische wijze om te gaan met de informatie. Structurele maatregelen dienen een omgeving te scheppen die het veilig en verantwoord participeren aan activiteiten van socialemediaplatformen ondersteunt (HLGFD, 2018: 16-17).

Zoals reeds aangehaald zijn er al onlineplatformen die zo'n rol beginnen te vervullen. Ook een aantal dagbladen, radio- en televisiezenders en organisaties in het middenveld (*civil society*) nemen deze taak op. Het is sterk aan te bevelen dat dit in nauwe samenwerking gebeurt met de onderwijsinstellingen waar de opleiding in journalistiek, communicatie- en mediakennis een prioritaire opdracht is én dat die maatregelen door onderzoek gedragen worden. Ze moeten zoveel mogelijk *evidence-based* zijn. Met de woorden van afscheidnemend voorzitter van de KNAM, José van Dijck:

'Wetenschappers moeten zichzelf deels opnieuw uitvinden in de digitale samenleving. Sterker nog, de samenleving verwacht van hen dat zij het goede voorbeeld geven en de toekomst mede vorm geven. Universiteiten zullen volop moeten investeren in de digitale innovatie die het publieke kennisdomein open, transparant en toegankelijk maakt en houdt. Maar ook de scholen – van basisschool tot hoger onderwijs – zullen zich moeten bezinnen op nieuwe manieren om hun leerlingen en studenten te leren kritisch na te blijven denken.' (Van Dijck, 2018b: 5; 2018a: 5-6).

Mediageletterdheid kan gedefinieerd worden als 'het vermogen om toegang te krijgen tot communicatieboodschappen in een brede verscheidenheid van vormen, en deze te analyseren, te beoordelen en te communiceren' (zie: Aufderheide, 1993). De term wordt in de digitale samenleving in toenemende mate door onderwijsdeskundigen en opvoeders gebruikt om te verwijzen naar het proces van het kritisch gebruiken, analyseren en zelf aanmaken van boodschappen, in welke vorm dan ook.⁷⁶ Een essentieel kenmerk van het bevorderen van

⁷⁶ Voor een historisch overzicht van de *Media Literacy Movement*, zie: Hobbs & Jensen, 2009.

onlinemedi- en informatiegeletterdheid is dat het om een vorm van levenslang leren gaat. Men kan er niet vroeg genoeg mee beginnen en het proces is niet voltooid met het beëindigen van het formeel onderwijs. Dat heeft alles te maken met de snelheid waarmee de technische en maatschappelijke veranderingen in dit domein plaatsvinden. Volwassenen, leerkrachten en mediaprofessionals zelf zijn een doelgroep voor permanente vorming op dit domein. Dit is alvast een cruciale actielijn met het oog op het behoud van een gezond medialandschap in een digitale omgeving (HLGFD, 2018: 25).

Mediageletterdheid in een digitale omgeving is ook meer dan het louter doorgeven van kennis en informatie, met inbegrip van de concepten van betrouwbaarheid. Gezien de sociale en ideologische aard van alle vormen van voorstellingen in digitale media, is het bijbrengen van de bekwaamheid tot kritische reflectie een essentieel onderdeel om de blootstelling aan desinformatie tegen te gaan (HLGFD, 2018: 26; zie ook Buckingham, 2007: 43; Buckingham, 2014).

Bij de idee van digitale mediageletterdheid als maatregel tegen de verspreiding van nepnieuws of desinformatie zijn enkele overwegingen van belang. Het bijbrengen van een kritische houding bij gebruikers moet samengaan met het aanleren van de nodige onderzoeksvaardigheden om de geloofwaardigheid van mediaboodschappen te beoordelen. Hiervoor verwijzen we naar het belang van statistisch inzicht (zie hierboven over *factchecking*). Naast het aanleren aan de hand van voorbeelden wat fout en wat correct is, moeten vooral een houding van nieuwsgierigheid en een attitude van nasporing bijgebracht worden. Mediageletterdheid betekent dat de gebruikers kritisch kunnen denken en bronnen kunnen evalueren, maar ook dat ze inzicht hebben in de emotionele mechanismen die spelen bij ontvangers en zenders van mediaboodschappen. Inzicht in de politieke achtergronden die daarbij een rol spelen is eveneens van belang. Zo zullen gebruikers beter in staat zijn om de mogelijk vertekende voorstelling van feiten op bijvoorbeeld Facebook en Twitter te begrijpen. Ze moeten feit van fictie kunnen onderscheiden en in staat zijn om haatberichten te herkennen (Wardle & Derakhshan, 2017: 69-70). Het is noodzakelijk, maar niet voldoende, om leerlingen en studenten bepaalde digitale vaardigheden bij te brengen, zoals het ontwikkelen en gebruiken van algoritmen. De auteurs van *Information Disorder* gaan nog een stap verder bij het uittekenen van een curriculum Mediageletterdheid. Dat zou een aantal bijkomende specifieke vaardigheden moeten bevatten die in voortgezet onderwijs een plaats kunnen krijgen (Wardle & Derakhshan, 2017: 70):

'(i) Traditional news literacy skills; (ii) forensic social media verification skills; (iii) information about the power of algorithms to shape what is presented to us; (iv) the possibilities but also the ethical implications offered by artificial intelligence; (v) techniques for developing emotional scepticism to override our brain's tendency to be less critical of content that provokes an emotional response; and (vi) statistical numeracy.'

Uit een recent onderzoek blijkt dat het niet goed gesteld is met de mediawijsheid van de Vlaamse bevolking (Picone & Vandenplas, 2018).⁷⁷ Dit is een bijkomend argument om digitale wijsheid een substantiële plaats te geven in de onderwijscurricula (zie aanbevelingen 6 en 8). De intentie is er alvast. Bij de discussies over de herziening van de eindtermen in het secundair onderwijs wordt 'Digitale vaardigheden en mediawijsheid' vermeld. 'Sleutelcompetenties', worden ze genoemd in een nota van 13 juli 2018 op de website van Onderwijsminister Hilde Crevits.⁷⁸ Men stelt voor om ze in te passen in een vak 'Onderwijs en samenleving', een leerpakket waarin ook burgersvorming en financiële geletterdheid een plaats zouden krijgen. Wat de invulling van mediawijsheid betreft, wordt duidelijk verwezen naar het aanleren van digitale kennis en vaardigheden, wat raakvlakken heeft met STEM.

Men krijgt de indruk dat een doelstelling als 'begrijpen en kritisch doorgronden van de maatschappelijke processen in de digitale samenleving' nog onvoldoende uitgeklaard is. Er is dan ook nog veel werk aan de winkel om de sociologisch-culturele component van mediawijsheid in te vullen zoals we die in vorige paragrafen hebben aangebracht. De KVAB onderschrijft daarom de idee om een *task force* op te richten met het oog op de realisatie van realistische en voldoende substantiële eindtemen inzake mediageletterdheid (zie aanbeveling 6).

De toespitsing op het secundair onderwijs betekent niet dat de inspanningen inzake mediageletterdheid daartoe beperkt moeten blijven. Ook daarbuiten kan aan mediawijsheid kan gewerkt worden. We denken dan in de eerste plaats aan het lager en hoger onderwijs. Ook andere actoren kunnen zich daarbij aansluiten, zoals de volkshogescholen en mediaorganisaties zelf.

Het ontwikkelen van tools om nepnieuws en desinformatie tegen te gaan

Het verhogen van de mediageletterdheid zal onrechtstreeks en op termijn, maar ook rechtstreeks, de weerbaarheid van gebruikers en van de journalisten zelf in de hand werken. Doel is de diverse geledingen van de bevolking te wapenen tegen de verschillende vormen van desinformatie.

Dat kan op de eerste plaats rechtstreeks door *tools* beschikbaar te stellen om met *source transparency indicators* verdachte berichten te voorzien (*flagging*) van een indicatie van hun kwaliteit. Men kan ook de bereikbaarheid (het vinden) van informatie gemakkelijker of moeilijker maken naargelang van hun betrouwbaarheid.

⁷⁷ Nog geen 20% van de ondervraagde nieuwsgebruikers – Vlamingen die beschikken over internettoegang – weet dat nieuwsberichten op Facebook door algoritmes geselecteerd worden. Dat is 9 procentpunten lager dan het gemiddelde in de 37 deelnemende landen. Het onderzoek werd uitgevoerd door Reuters Institute for the Study of Journalism (Oxford University). SMIT, die de 7de editie van het *Digital News Report* publiceerde als *Policy Brief #16* in het Nederlands, is de Vlaamse partner aan de VUB.

⁷⁸ Zie: <http://www.hildecrevits.be/fr/nieuwe-eindtermen-ambitieuw-duidelijk-en-coherent>

Er worden momenteel dus parameters inzake 'kwaliteitsdiversiteit' ontwikkeld die de diensten van mediaplatforms kunnen (of dienen te) gebruiken om het navigeren te richten (HLGFD, 2018: 27), zonder dat er sprake is van censuur of blokkeren. Het gebruik van zulke tools – als ze eenmaal beschikbaar zullen zijn – kan een vaardigheid zijn die in het onderwijs wordt aangeleerd. Voor de gebruikers die het onderwijs al achter de rug hebben kunnen andere vormingskanalen aangeboden worden. Hogescholen waar professionele bachelors in media, communicatie en journalistiek gevormd worden, krijgen hier een domein voor toegepast onderzoek aangereikt.

Wat de professionals (journalisten e.a.) in de mediasector aangaat, stelt men vast dat die in toenemende mate afhankelijk zijn van een grotere variëteit en een toenemend aantal actoren die steeds sneller langs diverse kanalen informatie verspreiden. Aansluitend bij wat we over *factchecking* schreven, zal de beschikbaarheid van tools voor de geautomatiseerde verificatie van media-inhouden onrechtstreeks bijdragen tot een grotere weerbaarheid tegen desinformatie bij de gebruikers van online-informatie (zie aanbeveling 7).

Evidence-based onderzoek naar de implementatie en het effect van maatregelen tegen desinformatie

De vele voorgestelde maatregelen om desinformatie te bestrijden zijn uiteenlopend wat hun concreetheid betreft. Sommige situeren zich op het niveau van supranationale instellingen terwijl ze betrekking hebben op nationale of regionale entiteiten. Men dient zich te realiseren dat maatregelen die binnen een specifieke politieke en mediacontext mogelijk zijn en hun nut bewezen hebben, niet noodzakelijk overdraagbaar zijn naar andere contexten. Daarom is een stelselmatige evaluatie van de implementatie en het (verwachte) effect van die maatregelen noodzakelijk. Dit vereist empirisch evaluatieonderzoek, waarbij zowel de procesevaluatie als de uitkomsten (productevaluatie) onderzocht worden. Zo'n onderzoeksdesign moet zeker oog hebben voor onbedoelde neveneffecten (zie: Swanborn, 1999). Die zijn doorgaans moeilijker op te sporen dan (nog) niet-gerealiseerde maar wel bedoelde gevolgen.

Een procesevaluatie is nodig om inzicht te krijgen in de factoren van succes of tegenslag. Vaak (niet altijd) is zo'n procesevaluatie relatief kleinschalig en explorerend van aard. Er worden daarbij vooral kwalitatieve onderzoeksmethoden gebruikt (Swanborn, 1999). Wie echter het geheel van voorstellen bekijkt die voorliggen om de doelstellingen van het weerwerk tegen desinformatie te implementeren (zie HLGFD, 2018: 22-34; X., 2018: 12-14; HC 363, 2018: 64-73), zal inzien dat die niet helemaal te herleiden zijn tot kleinschalige procesevaluaties. Integendeel, het voorstel van een gestructureerd implementatiekader dat bijvoorbeeld de expertengroep van de Europese Commissie heeft geformuleerd, is een heus meerstappenplan met maatregelen op korte en op lange termijn, en

dat een samenwerking van interdisciplinaire onderzoeksgroepen op academisch niveau veronderstelt.

Ook het rapport van de Raad van Europa bevat talrijke suggesties van activiteiten die 'zouden kunnen ondernomen worden' door technologiebedrijven, nationale regeringen, mediaorganisaties, het middenveld, de ministers van Onderwijs en financieringsinstanties om desinformatie tegen te gaan (Wardle & Derakhshan, 2017: 80-85). Dit is een inspirerend maar tegelijk vrijblijvend overzicht. De voorstellen in het rapport van de expertengroep van de Europese Commissie richten zich daarentegen op de ondersteunende taak van de Commissie en de EU-lidstaten aangaande de samenwerking van mediaorganisaties, platformen, academisch geschoolde onderzoekers, organisaties van feiten- en bronnencheckers, de wereld van adverteerders en de middenveldorganisaties. De aanbevelingen hebben betrekking op de al vermelde brede doelstellingen, aangevuld met de zorg voor de verscheidenheid en duurzaamheid van het medialandschap (HLGFD, 2018: 22-33). De maatregelen worden onderscheiden naargelang ze op korte of op lange termijn gerealiseerd dienen te worden (HLGFD, 2018: 36-38). Een bijgevoegde *roadmap* vermeldt concrete data, verspreid over de periode juli 2018-juli 2019. Volgens waarnemers wordt op Europees niveau veel gepraat, maar gebeurt er relatief weinig (Morganti & Ranaivoson, 2018). Een evaluatie kan deze anomalie tussen wens, woord en daad aan het licht brengen (zie aanbeveling 8).

Aanbevelingen

Aanbeveling 1. Gegeven het gebrek aan transparantie van de onlinemediawereld is beleidsondersteunend onderzoek naar diverse aspecten van het functioneren van onlinemediaplatformen sterk aan te bevelen. Wij pleiten er daarom voor dat dit thema wordt opgenomen in onderzoeksvoorstellen die overheden lanceren.

Aanbeveling 2. We onderstrepen de noodzaak aan de ondersteuning van toegepast onderzoek waarin – in vergelijkend perspectief, zowel geopolitiek als longitudinaal – de spreiding van nepnieuws wordt onderzocht.

Aanbeveling 3. Gezien het belang van *factchecking* met het oog op meer transparantie en een grotere weerbaarheid tegen desinformatie bepleiten wij de oprichting op Vlaams niveau van een onafhankelijk kennis- en actiecentrum dat *factchecking* in Vlaanderen op de kaart zet en uitbouwt, met een visie op toekomstige ontwikkelingen. Zo'n instelling zien wij bij voorkeur als een samenwerkingsverband van academici (universiteiten, KVAB, Jonge Academie), opleidingen in het hoger onderwijs, journalisten en de mediasector.

Aanbeveling 4. Omdat de uitbouw van een dergelijke instelling een werk van lange adem is, stellen we voor om op korte termijn samenwerkingsverbanden van mediabedrijven onderling en van media en onderzoeksinstellingen maximaal te steunen.

Aanbeveling 5. We onderstrepen de noodzaak van het stimuleren en ondersteunen van multidisciplinaire onderzoeksprojecten. Doel is het verzamelen en ontwikkelen van relevante indicatoren om de feitelijkheid en betrouwbaarheid van mediaberichten te kunnen beoordelen. In het geval van AI-projecten is samenwerking met de industrie aanbevolen.

Aanbeveling 6. Bij de opname van mediawijsheid in de eindtermen dient de minister van Onderwijs – samen met de onderwijskoepels en in samenwerking met experts inzake mediageletterdheid – erover te waken dat er duidelijke doelstellingen voor het secundair onderwijs worden opgenomen.

Aanbeveling 7. Met het oog op een snelle *factchecking* moeten journalisten gemakkelijk gebruik kunnen maken van beschikbare onlinebronnen met relevante contextinformatie. Dit moet een belangrijk onderdeel zijn in de opleidingen en trainingen van journalisten.

Aanbeveling 8. Het is noodzakelijk een monitoringsysteem op te zetten om het effect van de maatregelen tot bevordering van mediawijsheid regelmatig te evalueren. Er dient nagegaan te worden in hoeverre dit voor het onderwijs kan gebeuren in de PISA-rankings waarbij het Vlaams onderwijs betrokken is.

Aanbeveling 9. Met het oog op het begrijpen van de sociaal-politieke veranderingen en de massapsychologische factoren die de bevolking ontvankelijk maken voor het opnemen en verspreiden van desinformatie, wordt diepgaand massapsychologisch en sociaal-politiek bevolkingsonderzoek aanbevolen.

Nawoord

Na het afronden van dit Standpunt reflecteerden de opstellers kritisch op het gepresteerde werk. De focus lag vooral op wat werd aangebracht en besproken tijdens de samenkomsten, maar niet werd opgenomen in de aanbevelingen. Deze reflectie vestigde er de aandacht op dat de aanbevelingen – zowel in de gepubliceerde overheidsrapporten als in onze eigen tekst – zich hoofdzakelijk toespitsen op het aanbod van desinformatie en nepnieuws. Het problematische aan de digitale verspreiding van online-informatie wordt hoofdzakelijk bekeken vanuit het perspectief van de aanmaak en massale verspreiding van desinformatie. De meeste voorstellen proberen daar iets aan te doen, bijvoorbeeld door regels en codes op te stellen die de mediaplatformen in acht moeten nemen of door de burgers te wapenen tegen de invloed van desinformatie. Dat is nodig om hen daar kritisch te leren mee omgaan en om hen tools te bezorgen waarmee ze 'vals' van 'echt' kunnen onderscheiden. Ook het verhogen van de mediawijsheid of mediageletterdheid behoort tot de voorgestelde maatregelen.

Minder aandacht ging naar de vraag hoe het precies komt dat desinformatie en nepnieuws massaal ontvangen, beaamd (*geliked*) en verspreid worden in bepaalde segmenten van de bevolking. We gingen slechts beknopt in op de factoren waardoor sommige mensen meer bereid zijn dan anderen om nepnieuws en betwistbare informatie al dan niet bewust te delen. De vele studies daarover (vooral in de Verenigde Staten) werden niet in detail besproken, met name omdat onze focus primair gericht was op beleidsaanbevelingen en -maatregelen om de verspreiding van nepnieuws en desinformatie tegen te gaan.

Tijdens de gesprekken werd erop gewezen dat de ontvangers geen passieve 'slachtoffers' zijn, maar dat nepnieuws bij sommige bevolkingsgroepen gretig geproefd, gesmaakt en doorgegeven wordt via sociale media (Hindman & Barash, 2018: 4). Hoe komt dat? Over welke segmenten van de samenleving gaat het en hoe kunnen die het best getypeerd worden? Is het omdat in sommige lagen van de bevolking het vertrouwen in de gevestigde politieke partijen en de traditionele communicatiemedia verloren is gegaan? Voelen velen zich vervreemd van het officiële, cultuur-correcte discours, bijvoorbeeld inzake migratie? Is het omdat politieke beslissingsniveaus te ver afstaan van de leefwereld zoals een groot deel van de bevolking die ervaart? En over wie hebben we het dan? Over welke segmenten van de bevolking gaat het? Zijn het de lagere sociale klassen of is de categorie irrelevant bij het zoeken naar een verklaring? In hoeverre speelt de afbrokkeling van het sociaal kapitaal dat het verenigingsleven biedt en doorgeeft een rol? Gaat het vooral om 'vrijgekomen' individuen die nog louter cliënten zijn van diensten in plaats van betrokken 'leden' die ergens toe 'behoren' (zie: Billiet, 1988). Een verklaring van dit verschijnsel en waarom het zich beduidend meer lijkt voor te doen in de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk is niet eenvoudig. Om het verschijnsel van online-desinformatie te begrijpen is het belangrijk antwoorden te krijgen op deze vragen.

Sociologen spreken in dit verband over de 'verliezers' van de modernisering, de globalisering en de economische en technische vooruitgang, bij wie een populistisch discours vlot aanslaat. Welke sociaalpsychologische processen en sociologische ontwikkelingen bij de 'ontvangende' bevolking maken dat nepnieuws zo aantrekkelijk lijkt? Is het omdat dit beter aansluit bij de voorkeuren en emotionele dispositie van een omvangrijk deel van de bevolking? Er bestaan al empirische studies die sommige antwoorden op deze vragen voorlopig lijken te onderbouwen en het beschikbare empirische materiaal neemt exponentieel toe. Er worden nu permanent online onvoorstelbaar veel gegevens verzameld die het label 'big data' krijgen. In hoeverre kunnen we met dit soort data sommige van de gestelde vragen adequaat beantwoorden? Op welk niveau kunnen relevante verbanden gevonden worden? Een kritische evaluatie van het onderzoek ligt in de lijn van wat hier over het vertrouwen in de wetenschap werd geschreven: de eigen bevindingen en conclusies moeten kritisch worden geëvalueerd. In hoeverre zijn er in de literatuur en in gepubliceerd onderzoek over de voedingsbodem van nepnieuws gegevens beschikbaar die de antwoorden op sommige van die vragen vooralsnog niet verwerpen?

In dit Standpunt kwamen de verstoringen van het democratisch bestel op meerdere plaatsen expliciet ter sprake, meer in het bijzonder in het vierde hoofdstuk, waar hoofdzakelijk de gebeurtenissen rond de verkiezingscampagne van 2016 in de Verenigde Staten onder de aandacht werden gebracht. Niet alleen verkiezingen of referenda waarin de bevolking in alle onafhankelijkheid haar vertegenwoordigers geacht wordt aan te wijzen of standpunten kenbaar te maken, worden danig verstoord door activiteiten die de mediaplatformen mogelijk maken. De massale beïnvloeding van de bevolking gebeurt ook door het doelgericht verspreiden van vooroordelen die bevolkingsgroepen tegen elkaar opzetten. Ook dat vormt een ernstige bedreiging voor de democratie, in een maatschappelijke omgeving die meer en meer gekenmerkt wordt door culturele en etnische verscheidenheid. Tijdens de werkzaamheden had de werkgroep de indruk dat het in België nog zo'n vaart niet loopt, maar dat is geen reden om niet waakzaam te blijven. Hier en daar stelt men vormen van systematische desinformatie vast. We denken bijvoorbeeld aan de *fake* rapportering van de auto-industrie over de uitstootnormen. Ook sommige overheidsrapporten over milieuvervuiling in en rond de grote steden zijn niet helemaal vrij te pleiten van misleiding. Politieke framing en misleiding is van alle tijden, maar er zijn grenzen.

Wie de vragen bekijkt die in deze kritische zelfreflectie geformuleerd worden en waarvan sommige op het einde van het tweede hoofdstuk ter sprake kwamen, beseft dat geloofwaardige antwoorden een verdere reflectie en meer gericht onderzoek vergen, iets wat de contouren van een KVAB-Standpunt overstijgt. Een andere opdracht van de KVAB is daar beter voor geschikt: een Denkersprogramma waarin één of twee buitenlandse experts

voor een korte periode uitgenodigd worden om samen met de in Vlaanderen aanwezige relevante experts en stakeholders in studie en dialoog te zoeken naar antwoorden die de inzichten kunnen verscherpen. Daarom bepleiten wij de organisatie van zo'n Denkersprogramma over de vragen die ons hier bezighouden. In brede zin hebben ze betrekking op het functioneren van de democratie in een onlinemediaomgeving met een gunstige voedingsbodem voor de snelle verspreiding van desinformatie (zie aanbeveling 9).

De KVAB heeft reeds invulling gegeven aan deze aanbeveling en startte in 2019 met een Denkersprogramma over 'Desinformatie & Democratie' met denkers Anja Bechmann (Aarhus University) en Ben O'Loughlin (Royal Holloway, University of London).

Bronnen

Aalberg, T., Van Aelst, P., & Curran, J. (2010). Media Systems and the Political Information Environment: A Cross-National Comparison. *International Journal of Press/Politics*, 5, 255–271. doi: 10.1177/1940161210367422

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2): 211-236 (Working Paper N° NBER N° 23089).

ALLEA (2018). Loss of Trust? Loss of Trustworthiness? Truth and Expertise today. ALLEA Discussion paper # 1. All European Academies (ALLEA), Berlin 2018.

Al-Rawi, A. (2017). Viral News on Social Media. *Digital Journalism*, Taylor & Francis online, 1-17.

Amazeen M., & Thorson, E., e.a. (2016), A comparison of correction formats: the effectiveness and effects of rating scale versus contextual corrections on misinformation., *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(1): 28-48.

American Press Institute & The Associated Press-NORC Center for Public Affairs Research (2017). Who shared it? How Americans decide what news to trust on social media. http://mediainsight.org/PDFs/Meaning%20of%20Media/APNORC_Trust_The_Media_Topline_final.pdf

Aufderheide, P. (1993). Media Literacy. A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. https://www.researchgate.net/publication/234616025_Media_Literacy_A_Report_of_the_National_Leadership_Conference_on_Media_Literacy

Auger, M. C. (2017). *Abstract: Guaranteeing Quality Journalism in the Post-Truth Era*. Lezing op Mediaforum. Leuven, 17/03/2017.

Barclay, B. A. (2018). Fake News, Propaganda, and Plain Old Lies: How to Find Trustworthy Information in the Digital Age. Rowman & Littlefield Pubs.

Bechmann, A., & Nielbo, K.L. (2018). Are we exposed to the Same News in the News Feed? *Digital Journalism* (in press). <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1510741>.

[Belga] (2018). F-16-mails brengen Crombez in verlegenheid. *De Tijd*, 04/06/2018. <https://www.tijd.be/politiek-economie/belgie/federaal/f-16-mails-brengen-crombez-in-verlegenheid/10018378.html>

Berelson, B. R., Lazarsfeld, P. F., & McPhee, W. N. (1954). *Voting*. Chicago: The University of Chicago Press.

Billiet, J. (2016). What Does Measurement Mean in a Survey Context? In: Wolf, C., Joye, D., Smith, T.W., & Yang-chih Fu (Eds.), *The Sage Handbook of Survey Methodology* (193-209), London: Sage Publications Ltd.

Billiet, J. (Ed.) (1988). *Tussen bescherming en verovering; sociologen en historici over zuilvorming*. Leuven: Universitaire Pers/Kadoc.

Billiet, J., Molenberghs, G., & Vansteelandt, S. (2012). De onzekerheid van politieke barometers. *De Gids op Maatschappelijk Gebied: Blad met Mening (m/v)*, 103(3), 39-43.

Bollen, K.A. (1989). *Structural Equations with Latent Variables*. New York: John Wiley & Sons.

Brito, S. (2016). Study finds students unable to identify fake news. *The Stanford Daily*, 16/12/2016. <https://www.stanforddaily.com/2016/12/16/study-finds-students-unable-to-identify-fake-news/>

Broersma, M., & Graham, T. (2012). Social media as beat: Tweets as a news source during the 2010 British and Dutch elections. *Journalism Practice*, 6(3), 403-419.

Buckingham, D. (2007). Digital Media Literacies: rethinking media education in the age of the Internet. *Research in Comparative and International Education*, 2(1), 43-55.

Buckingham, D. (2014). Guest editorial: The success and failure of media education. *Media Education Research Journal*, 4(2), 5-18.

Chadwick, A., Vaccari, C., & O'Loughlin, B. (2018). Do tabloids poison the well of social media? Explaining democratically dysfunctional news sharing. *New Media & Society*, 1461444818769689. doi:10.1177/1461444818769689

CSIC (2018). Who Said What? The Security Challenges of Modern Disinformation. Academic Outreach. World Watch: *Expert Notes* n° 216-12-05. Government of Canada. <https://www.canada.ca/en/security-intelligence-service/corporate/publications/who-said-what-the-security-challenges-of-modern-disinformation.html>

Damian, E., Meuleman, B., & Van Oorschot, W. (2017). *Transparency and replicability in cross-national survey research. Demarcation of problems and possible solutions*: WAPOR 2018 Conference paper. <https://access.wapor.org/programme2018.php?p=130> (submitted to SMR).

De Foer, S. (2018), Fred Trump KKKLasse. *DS Weekblad*, 19/08/2017: 8.

De Greef, A. (2018). Zo word je rijk met fake news. *DS Weekblad*, 18/03/2017: 40-44. http://www.standaard.be/cnt/dmf20170316_02784110

Dekeyser, A. (2018). Meme. Humor of haatpraat? *De Standaard*, 15-16/09/2018: 20-21.

Delli Carpini, M. X., & Keeter, S. (1996). *What Americans Know About Politics and Why it Matters*. New Haven, CT: Yale University Press.

Elchardus, M. (2002). Onderwijs in de symbolische samenleving. Zijn individualisme en meritocratie zinvol? *Sociologische Gids*, 49, 3: 259-274.

Elchardus, M. (2003). *De dramademocratie*. Tielt: Terra-Lanoo.

- Elchardus, M. (2017). Fact checking: er staat veel meer op het spel dan het ontkrachten van nepnieuws. *De Morgen*, 20/05/2017: 23
- Farkas, J., & Schou, J. (2018). Fakenews as a floating signifier: hegemony, antagonism and the politics of falsehood; *Javnost-The Public (Journal of the European Institute for Communication and Culture)*, August 2018: 298-314. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13183222.2018.1463047>
- Flaxman, S., Goel, S., & Rao, J. M. (2016). Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption. *Public opinion quarterly*, 80(S1), 298-320.
- Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2018). Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis. *New media & society*, 20(7), 2450-2468.
- Fowler, A., & Margolis, M. (2013). The political consequences of uninformed voters. *Electoral Studies*, 30, 1-11. doi:10.1016/j.electstud.2013.09.009.
- Frampton, B. (2015). Clickbait: The changing face of online journalism. *BBC News*, 14/09/2015.
- Gallup/Knight Foundation (2018). Assessing the effect of news source ratings on news content. <https://knightfoundation.org/reports/assessing-the-effect-of-news-source-ratings-on-news-content>
- Garschagen, M. (2018). Sociale media zijn nutsbedrijven (en daarom zijn regels nodig). *De Standaard*, 17/03/2018: 16-17.
- Giese, J. (2017). It's time to embrace memetic warfare. Open Publications. Vol. 1, 5: 1-14. https://www.academia.edu/32325513/Its_Time_to_Embrace_Memetic_Warfare.pdf
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*, New York, Harper & Row, 1974.
- Graves, L. (2016). *The rise of political fact-checking in American journalism*, New York: Columbia University Press.
- Graves, L., & Cherubini, F. (2016). The rise of fact-checking sites in Europe. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/rise-fact-checking-sites-europe>
- Graves, L., & Glaisyer, T. (2012). *The fact-checking universe in spring 2012: An overview*. New America Foundation Media Policy Initiative Research Paper. <https://www.issuelab.org/resources/15317/15317.pdf>
- Greenspon, E., & Owen, T. (2017). 'Fake news 2.0': A threat to Canada's Democracy. *The Globe and Mail*, 29/05/2017 (last update 29/05/2017): 1-4. <https://www.theglobeandmail.com/opinion/fake-news-20-a-threat-to-canadas-democracy/article35138104/>
- Hand, D. (2018). Who told you that? Data provenance. False fact and how to separate the liars from the truth tellers. *Significance*, Vol. 15, 5: 8-9.

Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is news? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470-1488.

Hayes, C. (2018). Chris Hayes reviews Michiko Kakutani's book about our post-truth era. *New York Times*, 18/07/2018. <https://www.nytimes.com/2018/07/18/books/review/michiko-kakutani-death-of-truth.html>

HC 363 (2018). Disinformation and 'fake news': Interim report. *House of Commons Digital, Cultural, Media and Sport Committee*. First Report of Session 2017-19. <http://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcomeds/363/363.pdf>

Henley, J. (2018). Global crackdown on fake news raises censorship concerns. *The Guardian*, 24/04/2018. <https://www.theguardian.com/media/2018/apr/24/global-crackdown-on-fake-news-raises-censorship-concerns>

Hermans, T. (2017). Broodje Aap of een broodje van de 'Pano'. *De Standaard*, 11/04/2017, D2-D3.

Hermoso, B. (2018). "Filosofen in de politiek, God spaar ons daarvan". Interview met Jurgen Habermas over nationalisme, immigratie en de toekomst van de EU. *Knack*, 40(24): 80-85

Hill, K. (2012). #McDStories: When a hashtag becomes a Bashtag. *Forbes*, 24/01/2012. <https://www.forbes.com/sites/kashmirhill/2012/01/24/mcdstories-when-a-hashtag-becomes-a-bashtag/#774a36aded25>

Hindman, M., & Barash, V. (2018). *Disinformation, 'fake news' and influence campaigns on Twitter*. Knight Foundation: George Washington University.

HLGFD (2018). A multi-dimensional approach to disinformation. *Report of the independent High Level Group on fake news and online disinformation*. ED, Directorate-General for Communication Networks, content and Technology. EC, March 2018: 40 pp.

Hobbs, R., & Jensen, A.R. (2009). The past, present, and future of media literacy education. *Journal of Media Literacy Education*, 1(1): 1-11. <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol1/iss1/1>

Hollander, B. A. (2010). Persistence in the perception of Barack Obama as a Muslim in the 2008 presidential campaign. *Journal of Media and Religion*, 9(2), 55-66. Doi: 10.1080/15348421003738769

Humphrecht, E. (2018) "Online disinformation: Analyzing "fake news" across four western democracies". *APSA, Annual conference*, San Francisco, 2017.

Iretton, Ch., & Posetti, J. (Eds.) (2018). *Journalism, 'Fake News' & Disinformation: A Handbook of Journalism Education and Training*. UNESCO. <https://en.unesco.org/node/295873>

Iyengar, S., Sood, G., & Lelkes, Y. (2012). Affect, not ideology. A social identity perspective on polarization. *Public opinion quarterly*, 76(3), 405-431.

- Jenkins, H. (2004). The cultural logic of media convergence. *International journal of cultural studies*, 7(1), 33-43.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU press.
- Kakutani, M. (2018). *The death of truth. Notes on falsehood in the age of Trump*. Tim Duggan Books, 208 pp.
- Kelley, H.H. (1967). Attribution theory in social psychology. *Nebraska Symposium on Motivation*, 15(1967), 192-238.
- Kraft, P. W., Lodge, M., & Taber, C. S. (2015). Why people "don't trust the evidence": Motivated reasoning and scientific beliefs. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 658, 121-133.
- Kruglanski, A., Webster, D., & Bjork, Robert A. (1996). Motivated closing of the mind: "Seizing" and "freezing". *Psychological Review*, 103(2), 263-283.
- Kuiken, J., Schuth, A., Spitters, M., & Marx, M. (2017). Effective headlines of newspaper articles in a digital environment. *Digital Journalism*, 5(10), 1300-1314.
- Kuklinski, J. H., Quirk, P. J., Jerit, J., Schwieder, D., & Rich, R. F. (2000). Misinformation and the currency of democratic citizenship. *Journal of Politics*, 62(3), 790-816. doi:10.1111/0022-3816.00033.
- Lomas, D. (2018). British government's new 'anti-fake news' unit has been tried before and it got out of hand. *The Conversation*, 13/02/2018: 1-4.
- Masse, B. (2018). Emmanuel Macron part en guerre contre les "fake news". *La Libre Belgique*, 05/01/2018: 18.
- McSmith, A., & Cooper, C. (2016). Chilcot report: Blair didn't tell truth about WSM', the deal with Bush or the warning of fallout – how Britain went to war in Iraq. *Independent*, 06/07/2016. <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/chilcot-report-inquiry-tony-blair-iraq-war-weapons-of-mass-destruction-evidence-verdict-a7122361.html>
- Mohammad, S. N. (2012). *The (Dis)information Age. The Persistence of Ignorance*. New York: Peter Lang.
- Morganti, L., & Ranaivoson, H. (2018). The European Commission and fake news: Lots of talk, little walk. *Studies Media Innovation Technology (SMIT). Policy Brief # 18*. 03/10/2018.
- Müller-Doohm, S. (2016). *Habermas: a Biography*. Cambridge: Polity Press.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. L., & Nielsen, R. K. (2018). *Reuters Institute Digital News Report 2018*. Oxford, England: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of general psychology*, 2(2), 175-220.

Nielsen, R.K., & Graves, L. (2017). 'News you don't believe': Audience perspectives on fake news. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%26Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf

Nyhan, B., & Reifler, J. (2010). When corrections fail: The persistence of political misperceptions. *Political Behavior*, 32(2), 303–330.

Nyhan, B., & Reifler, J. (2015). Estimating Fact-checking's Effect. Evidence from a long-term experiment during campaign 2014. <http://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2015/04/Estimating-Fact-Checkings-Effect.pdf>

Paelinck, G., Truyts, J., Verstraete, J. (2017). Krantencommentaren hekelen "halve waarheden en hele leugens" van Demir en Homans. *VRTnws*, 27/02/2017. <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2017/02/27/krantencommentarenhekelenhalve-waarhedenenheleleugensvandemirenho-1-2903986/>

Pasek, J., Sood, G., & Krosnick, J. A. (2015). Misinformed about the affordable care act? Leveraging certainty to assess the prevalence of misperceptions. *Journal of Communication*, 65, 660-673.

Pasek, J., Stark, T. H., Krosnick, J. A., & Tompson, T. (2014). What motivates a conspiracy theory? Birther beliefs, partisanship, liberal-conservative ideology, and anti-Black attitudes. *Electoral Studies*. doi:10.1016/j.electstud.2014.09.009.

Payne, D. (2016). Fake news stories reporters have run since Trump Won. *The Federalist* 06/02/2016. <http://thefederalist.com/2017/02/06/16-fake-news-stories-reporters-have-run-since-trump-won/>

Pew Research Center (2010). *Understanding the participatory news consumer*. <http://www.pewinternet.org/2010/03/01/understanding-the-participatory-news-consumer/>

Pew Research Center (2016). *The political environment on social media*. <http://www.pewinternet.org/2016/10/25/the-political-environment-on-social-media/>

Pew Research Center (2017). *Science news and information today*. http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2017/09/14122431/PJ_2017.09.20_Science-and-News_FINAL.pdf

Picone, I., & Vandenplas, R. (2018). Ook Vlaming maakt zich zorgen over fake news. *Studies Media Innovation Technology (SMIT)*. 33 #16. <http://smit.vub.ac.be/wp-content/uploads/2018/06/POLICY-BRIEF16-1.pdf>

Poell, T., & Van Dijck, J. (2014). Social media and journalistic independence. *Media independence: Working with freedom or working for free*, 1, 181-201.

Prior, M., Sood, G., & Khanna, K. (2015). You cannot be serious: The impact of accuracy incentives on partisan bias in reports of economic perceptions. *Quarterly Journal of Political Science*, 10(4), 489-518. doi: 10.1561/100.00014127

Reuters Institute for the Study of Journalism. (2018). *Digital news report*. <http://www.digitalnewsreport.org>

- Rosanvallon, P. (2000). *La démocratie inachevée*. Parijs: Gallimard.
- Rushdie, S. (2018). Schrijver laat de lezer weer geloven in de werkelijkheid. Literatuur als dam tegen demagogie. *nrc.next*, 18/05/2018. <https://www.nrc.nl/nieuws/2018/05/18/schrijver-laait-de-lezer-weer-geloven-in-de-werkelijkheid-a1603481>
- Schütz, A. (1932). *Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt. Eine Einleitung in die verstehende Soziologie*, Frankfurt am Main, Suhrkamp, editie 1993).
- Schwartz, O. (2018). "You thought fake news was bad. Deep fakes are where truth goes to die". *The Guardian (International edition)*, 12/11/2018. <https://www.theguardian.com/technology/2018/nov/12/deep-fakes-fake-news-truth>
- Shin, J., Driscoll, K., & Bar, F. (2016). Political rumoring on Twitter during the 2012 U.S. presidential election: Rumor diffusion and correction. *New Media & Society*, 1-22.
- Silverman, C. (2016). This analysis shows how viral fake election news stories outperformed real news on Facebook. *Buzzfeed News*, 16/11/2016. <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook>
- Sommariva, S., Vamos, C., Mantzarlis, A., Đào, L. U. L., & Martinez Tyson, D. (2018). Spreading the (fake) news: Exploring health messages on social media and the implications for health professionals using a case study. *American Journal of Health Education*, 1-10.
- Steels, L., e.a. (2018). *Artificiële Intelligentie. Naar een vierde industriële revolutie?* KVAB Standpunt 53.
- Steltman, M. (2018). Duitse remedie voor nepnieuws is erger dan de kwaal. *NRC Handelsblad*, 18/02/2018. <https://www.nrc.nl/nieuws/2018/01/18/duitse-remedie-voor-nepnieuws-is-erger-dan-de-kwaal-a1588732>
- Stroud, N. J. (2011). *Niche news: The politics of news choice*. New York, NY: Oxford University Press.
- Swanborn, P. (1999). *Evalueren. Het ontwerpen, begeleiden en evalueren van interventies. Een methodologische basis voor evaluatieonderzoek*. Meppel, Boom.
- Taber, C. S., & Lodge, M. (2006). Motivated skepticism in the evaluation of political beliefs. *American Journal of Political Science*, 50(3), 755–769. doi:10.1111/j.1540-5907.2006.00214.x.
- Theerlynck, S. (2009). Belga in de knoei met nepbericht op nieuwe site. *De Morgen*, 17/11/2009.
- Thompson, A. (2016). Parallel narratives. *Vice News*, 08/12/2016. https://news.vice.com/en_us/article/d3xamx/journalists-and-trump-voters-live-in-separate-online-bubbles-mit-analysis-shows

- Thorson E. (2013), The consequences of misinformation and fact-checking for citizens, politicians, and the media. *Annenberg school of communication*.
- Thorson, E. (2016). Belief echoes: The persistent effects of corrected misinformation. *Political Communication*, 33(3), 460-480. doi: 10.1080/10584609.2015.1102187
- Trilling, D., Tolochko, P., & Burscher, B. (2017). From newsworthiness to shareworthiness: How to predict news sharing based on article characteristics. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94(1), 38-60.
- Van Aelst, P. (2014). *De mediatisering van de Vlaamse politiek*. Leuven: Acco.
- Van Aelst, P., e.a. (2017). Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3-27. doi:10.1080/23808985.2017.1288551
- Van der Horst, H. (2018). *Nepnieuws. Een wereld van desinformatie*. Schiedam: Scriptum.
- Van Dijck, J. (2018a). Vertrouwen in expertise in een digitale samenleving: *Jaarrede President KNAW 2018*. Amsterdam, KNAW.
- Van Dijck, J. (2018b). Scholen en universiteiten moeten zichzelf opnieuw uitvinden in de digitale samenleving. *De Volkskrant*, 28 mei 2018: 17:00 uur. <https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/-scholen-en-universiteiten-moeten-zichzelf-opnieuw-uitvinden-in-de-digitale-samenleving-~b1f7fbb6/>
- Van Erkel, P., Van Aelst, P., & Thijssen, P. (2018). Does media attention lead to personal electoral success? Differences in long and short campaign media effects for top and ordinary political candidates. *Acta Politica*, Online first: <https://doi.org/10.1057/s41269-018-0109-x>
- Van Ginneken, S. (2018). Facebook promoot betrouwbaar nieuw (en dat is wat wij zelf kiezen). *De Standaard*, 10/08/2018: 2-3.
- Van Tyghem, P. (2017). Facebook opent de jacht op nepnieuws. *De Standaard*, 06/03/2017.
- Vanderschoot, K. (2018). Heeft Cambridge Analytica de Britten naar de brexit geduwd? Dossier Data-schandaal bij facebook. *VRT*, 27/03/2018. <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2018/03/27/heeft-cambridge-analytica-de-britten-naar-de-brexit-geduwd--en-n/>
- Vereniging Classici Nederland (2018). De Bello Gallico – Caesars zelfverheerlijking. *Klassieken nu*. <http://klassieken.nu/2017/09/21/de-bello-gallico-caesars-zelfverheerlijking/>
- Vergauwen, E. (2018). Homans blijft bij standpunt over kinderarmoede: 'Niets verzonnen'. *De Standaard*, 13/06/2018. http://www.standaard.be/cnt/dmf20180613_03560169
- Verheyden, T. (2018). Topvrouw van Facebook: "We hadden meer moeten doen tegen haatberichten en nepnieuws". *VRT*, 23/01/2018. <https://www.vrt.be/>

vrtnws.nl/2018/01/23/sheryl-sandberg--topvrouw-van-facebook--in-brussel---we-hadden-m/

Verhoeven, K. (2017), 'Feit of fictie? Fake news en post-truth in de media', lezing ter gelegenheid van prijsuitreiking van de persprijs van de organisatie voor Duurzame Ontwikkeling, Brussel, 11/05/2017. http://www.frdo-cfdd.be/sites/default/files/content/download/files/feit_of_fictie_nl.pdf

Vosoughi, S., Roy, D., Aral, S., e.a. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 09 Mar 2018. Vol. 359 (6380): 1146-1151. <http://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe report. DGI(2017)09.

Welbers, K., & Opgenhaffen, M. (2018a). Social media gatekeeping: An analysis of the gatekeeping influence of newspapers' public Facebook pages. *New Media & Society*, online first: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444818784302>

Welbers, K., & Opgenhaffen, M. (2018b). Presenting news on social media: Media logic in the communication style of newspapers on Facebook. *Digital Journalism*, 1-18.

Wells, C., Shah, D. V., Pevehouse, J. C., Yang, J., Pelled, A., Boehm, F., & Schmidt, J. L. (2016). How Trump drove coverage to the nomination: Hybrid media campaigning. *Political Communication*, 33(4), 669-676.

Wikipedia (2018a). List of fake news websites. (laatste update 27/01/2019) https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_fake_news_websites

Wikipedia (2018b). Fake News. (laatste update 30/01/2019) https://en.wikipedia.org/wiki/Fake_news#Fake_news_by_country

Witte, E. (2017). Is het einde van de democratie in zicht? *Sampol*, oktober 2017: 52-57.

Wittgenstein, L. (2009). *Philosophical Investigations*, P.M.S. Hacker and Joachim Schulte (eds. and trans.), Oxford, Wiley-Blackwell, 2009, § 43.

Wood, T., & Porter, E. (2018). The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes' Steadfast Factual Adherence. *Political Behaviour*.

X. (2018). Verslag van de Belgische expertengroep inzake fake news en desinformatie, juli 2018. <https://www.decroo.belgium.be/nl/expertengroep-formuleert-aanbevelingen-voor-aanpak-fake-news>

Zuiderveen Borgesius, F., Trilling, D., Moeller, J., Bodó, B., de Vreese, C. H., & Helberger, N. (2016). Should we worry about filter bubbles? *Internet Policy Review*, 5(1).

Samenstelling van de werkgroep

Jaak Billiet (KMW)

Herman De Dijn (KMW)

Irène Gijbels (KNW)

Michaël Opgenhaffen (KU Leuven)

Bart Pattyn (KU Leuven)

Peter Van Aelst (UAntwerpen)

Dirk Van Dyck (KNW)

Karel Velle (KMW)

Els Witte (KMW)

KMW = Klasse van de Menswetenschappen

KNW = Klasse van de Natuurwetenschappen

RECENTE STANDPUNTEN (vanaf 2015)

36. Marnix Van Damme – *Financiële vorming*, KVAB/Klasse Menswetenschappen, 2015.
37. Els Witte – *Het debat rond de federale culturele en wetenschappelijke instellingen (2010-2015)*, KVAB/Klasse Menswetenschappen, 2015.
38. Irina Veretennicoff, Joos Vandewalle e.a. – *De STEM-leerkracht*, KVAB/Klasse Natuurwetenschappen en Klasse Technische wetenschappen, 2015.
39. Johan Martens e.a. – *De chemische weg naar een CO₂-neutrale wereld*, KVAB/Klasse Natuurwetenschappen, 2015.
40. Herman De Dijn, Irina Veretennicoff, Dominique Willems e.a. – *Het professoraat anno 2016*, KVAB/Klasse Natuurwetenschappen, Klasse Menswetenschappen, Klasse Kunsten en Klasse Technische wetenschappen, 2016.
41. Anne-Mie Van Kerckhoven, Francis Strauven – *Een bloementapijt voor Antwerpen*, KVAB/Klasse Kunsten, 2016.
42. Erik Mathijs, Willy Verstraete (e.a.), *Vlaanderen wijs met water: waterbeleid in transitie*, KVAB/Klasse Technische wetenschappen, 2016.
43. Erik Schokkaert – *De gezondheidszorg in evolutie: uitdagingen en keuzes*, KVAB/Klasse Menswetenschappen, 2016.
44. Ronnie Belmans, Pieter Vingerhoets, Ivo Van Vaerenbergh e.a. – *De eindgebruiker centraal in de energietransitie*, KVAB/Klasse Technische Wetenschappen, 2016.
45. Willem Elias, Tom De Mette – *Doctoraat in de kunsten*, KVAB/Klasse Kunsten, 2016.
46. Hendrik Van Brussel, Joris De Schutter e.a., *Naar een inclusieve robotsamenleving*, KVAB/Klasse Technische Wetenschappen, 2016.
47. Bart Verschaffel, Marc Ruyters e.a., *Elementen van een duurzaam kunstenbeleid*, KVAB/Klasse Kunsten, 2016.
48. Pascal Verdonck, Marc Van Hulle (e.a.) – *Datawetenschappen en gezondheidszorg*, KVAB/Klasse Technische wetenschappen, 2017.
49. Yolande Berbers, Mireille Hildebrandt, Joos Vandewalle (e.a.) – *Privacy in tijden van internet, sociale netwerken en big data*, KVAB/Klasse Technische wetenschappen, 2017.
50. Barbara Baert (e.a.), *Iconologie of 'La science sans nom'*, KVAB/Klasse Kunsten, 2017.
51. Tariq Modood, Frank Bovenkerk – *Multiculturalism. How can Society deal with it?* KVAB/Klasse Menswetenschappen, 2017.
52. Mark Eyskens – *Europa in de problemen*. KVAB/Klasse Menswetenschappen, 2017.
53. Luc Steels – *Artificiële intelligentie. Naar een vierde industriële revolutie?*. KVAB/Klasse Natuurwetenschappen, 2017.
54. Godelieve Gheysen, René Custers, Dominique Van Der Straeten, Dirk Inzé, *Ggo's anno 2018. Tijd voor een grondige herziening*. KVAB/Klasse Natuurwetenschappen, 2017.
55. Christoffel Waelkens (e.a.) – *Deelname van Vlaanderen aan grote internationale onderzoeksinfrastructuren: uitdagingen en aanbevelingen*, KVAB/Klasse Natuurwetenschappen, 2017.
55. Addendum. Jean-Pierre Henriët. – *Mijlpalen in internationale wetenschappelijke samenwerking*, KVAB/Klassen Natuurwetenschappen, 2017.
56. Piet Swerts, Piet Chielens, Lucien Posman – *A Symphony of Trees. Wereldcreatie naar aanleiding van de herdenking van de Derde Slag bij Ieper, 1917*, KVAB/Klasse Kunsten, 2017.
57. Willy Van Overschée e.a. – *De mobiliteit van morgen: zijn we klaar voor een paradigmawissel?*, KVAB/Klasse Technische Wetenschappen, 2018.
59. Dirk Van Dyck, Elisabeth Monard, Sylvia Wenmackers e.a. – *Onderzoeker-gedreven wetenschap. Analyse van de situatie in Vlaanderen*, KVAB/Klasse Natuurwetenschappen, 2018.

De volledige lijst met standpunten en alle pdf's kunnen worden geraadpleegd op
www.kvab.be/standpunten